

**ВІННИЦЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ МИХАЙЛА КОЦЮБИНСЬКОГО**

Факультет філології й журналістики імені Михайла Стельмаха
Кафедра журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю

МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА

на тему:

**СУЧАСНИЙ ГАЗЕТНИЙ РЕПОРТАЖ: ТРАДИЦІЇ ТА НОВАТОРСТВО
(НА ПРИКЛАДІ СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНИХ ВИДАНЬ «ДЕНЬ»
ТА «ЕКСПРЕС»))»**

Студентки 2 курсу МЖЗ групи
СВО магістра
Галузі знань 06 Журналістика
Спеціальності 061 Журналістика
Вітенко Марини Миколаївни

Використання чужих ідей,
результатів і текстів мають
посилання на відповідне
джерело

Науковий керівник: Шкляр В.І.,
професор, доктор філологічних наук

(підпис)

(ініціали, прізвище)

Розширена шкала _____

Кількість балів: _____ Оцінка: ECTS _____

Голова комісії _____
(підпис) (ініціали, прізвище)

Члени комісії _____
(підпис) (ініціали, прізвище)

(підпис) (ініціали, прізвище)

(підпис) (ініціали, прізвище)

м. Вінниця – 2018 рік

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
 РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ДОСЛІДЖЕННЯ РЕПОРТАЖУ ЯК ЖАНРУ ЖУРНАЛІСТИКИ.....	 7
1.1. Суть поняття «жанр», особливості інформаційної групи журналістських творів	7
1.2. Поняття «репортаж» та його специфіка.....	13
1.3. Види репортажів у ЗМІ.....	16
1.4. Специфіка написання газетних репортажів.....	21
 РОЗДІЛ 2. ГАЗЕТИ «ДЕНЬ» ТА «ЕКСПРЕС» У КОНТЕКСТІ СУЧАСНОЇ СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНОЇ ПЕРІОДИКИ.....	 30
2.1. Сучасні тенденції розвитку газети «День»	30
2.2. Особливості функціонування газети «Експрес»	36
2.3. Місце обраних видань на ринку сучасної суспільно-політичної періодики.....	40
 РОЗДІЛ 3. АНАЛІЗ РЕПОРТАЖІВ У СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНИХ УКРАЇНСЬКИХ ГАЗЕТАХ «ДЕНЬ» ТА «ЕКСПРЕС»	 48
3.1. Манера авторського написання, композиційні та стилістичні особливості репортажів видання «День»	48
3.2. Композиційно-стилістичні характеристики репортажів «Експресу», відповідність жанру	55
3.3. Роль фото у репортажах аналізованих ЗМІ	61
 ВИСНОВКИ	 69
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	73
ДОДАТКИ.....	80
АНОТАЦІЯ.....	87

ВСТУП

Останніми десятиліттями українська журналістика зазнає змін: суттєвим конкурентом звичних друкованих періодичних видань стали Інтернет-ЗМІ різноманітної тематики, які займають все більше простору видавничого сегменту. Є й чимало інших популярних тенденцій, які складно однозначно ідентифікувати як позитивні чи негативні. Останнім часом журналісти виходять за рамки традиційних аналітичних, інформаційних та публіцистичних жанрів, вводять інновації, експериментують. У межах одного матеріалу може бути використано кілька форм подання інформації, поєднано кілька жанрів. Водночас на основі вже існуючих з'являються й нові жанри публікацій.

Доволі неординарним журналістським жанром продовжує залишатися репортаж. Його сьогодення інтерпретація журналістами залишила чимало класичних ознак, проте додала також і неординарні новітні засоби, які необхідно визначити та узагальнити.

Актуальність теми зумовлена тим, що, по-перше, на сторінках багатьох суспільно-політичних українських засобів масової інформації у наш час активно висвітлюють ті чи інші події за допомогою репортажів. У той же час репортаж протягом останнього часу зазнав суттєвих змін, демонструючи широкі можливості цього жанру у роботі досвідчених журналістів.

По-третє, газета «День» уже протягом двох десятиліть висвітлює актуальні події в Україні, орієнтуючись на освіченого, вимогливого реципієнта. У той час «Експрес» теж має доволі широку читачку аудиторію, хоча і не наскільки яскраво охоплює суспільне життя українців. Відтак, постає потреба дослідити, яким чином журналісти різних за специфікою видань інтерпретують жанр репортажу на шпальтах газет.

Важливий внесок у розвиток теорії жанру «репортаж» зробили журналістико знавці О. Тертичний, А. Тепляшина, Л. Кройчик тощо. Серед українських учених слід зазначити В. Здоровегу, В. Різуна, І. Михайлина, І. Прокопенка, О. Бикову та ін.

Об'єктом роботи є сучасний газетний репортаж, його специфіка та місце на шпальтах суспільно-політичної періодики.

А предметом – специфіка та тематичне різноманіття репортажних матеріалів у суспільно-політичних газетах «День» та «Експрес».

Мета цієї роботи – дослідити особливості сучасного газетного репортажу у виданнях «День» та «Експрес», з'ясувавши його традиційні та новаторські риси.

Для досягнення поставленої мети нами були визначені такі **завдання**:

- узагальнити погляди науковців щодо дослідження жанру та груп жанрів в межах журналістики;
- визначити місце репортажу серед жанрів інформаційної групи;
- розглянути визначення поняття «репортаж», його функції та різновиди;
- наголосити на специфіці написання газетного репортажу;
- вказати особливості історичного розвитку та сучасної редакційної політики газети «День» та «Експрес»;
- дослідити місце цих видань на ринку впливової суспільно-політичної періодики;
- окреслити особливості репортажів на шпальтах «Дня» та «Експресу»;
- проаналізувати ілюстрації у репортажах цих видань.

Вирішення поставлених завдань зумовило вибір **методів дослідження**. У роботі застосовувались: метод аналізу теоретичних джерел для визначення поняття «жанр», «репортаж» тощо; індуктивний метод при формулюванні особливостей ринку сучасних впливових суспільно-політичних видань; хронологічний метод при дослідженні функціонування того чи іншого засобу масової інформації тощо, метод аналізу при дослідженні репортажів у газетах.

Новизна роботи полягає у комплексному дослідженні репортажної парадигми у теоретичному та практичному аналізі на прикладі двох впливових, проте відмінних між собою суспільно-політичних видань «День» та «Експрес».

Практичне значення одержаних результатів: робота може бути використана під час навчання за журналістськими спеціальностями, при написанні курсових та дипломних робіт.

Список використаних джерел, яким ми послуговувалися, містить, зокрема,

– навчальні видання: В. Здоровега «Теорія і методика журналістської творчості», І. Михайлин «Основи журналістики», М. Галлер «Репортаж», В. Павлів «Репортаж: між фактами та емоціями», Г. Назаренко «Інформаційні жанри журналістики», Л. Кройчик «Система журналистских жанров» тощо;

– наукові статті: Я. Табінський «Зображальні особливості сучасного репортажу у пресі і на телебаченні», Р. Назар «Парцеляція як засіб експресивізації репортажу», Я. Мозгова «Заголовок репортажу як засіб створення експресії (на матеріалі німецької журнальної публіцистики)», О. Коломієць «Репортаж та нарис як характерні жанри українського еміграційного письменства II пол. XX ст.», Х. Головка «Специфіка роботи журналіста під час підготовки літературного репортажу», О. Бикова «Мовні засоби реалізації експресивності на синтаксичному рівні в текстах сучасного пресового репортажу», «Тематично-видова типологія сучасного пресового репортажу», Л. Шутяк «Особливості українського художнього репортажу в контексті «нового журналізму», Присяжнюк О. «Історія очима газети «День» тощо;

– довідкові видання: Великий тлумачний словник сучасної української мови, М. Гетьманець «Сучасний словник літератури і журналістики».

Робота була апробована на звітній науковій конференції викладачів, студентів, магістрантів, аспірантів факультету філології й журналістики імені Михайла Стельмаха. Стаття «Спортивний репортаж як мовленнєвий жанр

газетно-публіцистичного стилю» була надрукована у збірнику наукових статей «Журналістика і мистецтво слова» (випуск №1, 2018).

Структура роботи складається з трьох розділів, вступу та висновків. У першому розділі зазначено особливості репортажу як жанру журналістики. У другому розділі проаналізовано специфіку, тематику та місце на ринку газет «День» та «Експрес». У третьому – окреслено особливості репортажів, ілюстративного матеріалу до їх у вказаних газетах.

Робота супроводжується списком використаних джерел із 66 позицій та 7 додатками. Загальний зміст роботи поданий на 88 аркушах.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ДОСЛІДЖЕННЯ РЕПОРТАЖУ ЯК ЖАНРУ ЖУРНАЛІСТИКИ

1.1. Суть поняття «жанр», особливості інформаційної групи журналістських творів

Сучасна журналістика трансформується, розвивається та видозмінюється разом зі змінами у суспільстві. Усталені журналістські жанри також, з плином часу, потерпають змін.

Для того, щоб комплексно охарактеризувати жанри журналістики, необхідно з'ясувати суть та значення самого поняття «жанр». Визначень у сучасному медіапросторі є чимало, наведемо найбільш характерні з них.

Поняття «жанр» є предметом дискусій у сучасному медіазнавстві. Це ключова категорія творчого розвитку, що синтезує в собі загальні мистецькі закономірності та окремі здобутки журналістів.

Сучасна журналістика трансформується, розвивається та видозмінюється разом зі змінами у суспільстві. Усталені журналістські жанри також, з плином часу, потерпають змін. Тому на сьогодні є чимало визначень поняття «жанр», наведемо найбільш характерні з них.

Дефініція поняття «жанр» доволі суперечлива у сучасних наукових обігах, а його розробку здійснювала чимала кількість дослідників XX–XXI століть. Тому цілком очевидно, що існує велика кількість визначень і трактувань цього поняття.

Варто детальніше зупинитися на розробках дефініції жанру українськими дослідниками. Так, журналістико знавець В. Здоровега, розробляючи теоретичні основи журналістики, розумів, що наука про журналістику була б не повною без урахування жанрової палітри журналістських творів. В. Здоровега зазначає: «Жанр, безумовно, – один з елементів форми журналістського, як і літературного твору взагалі. Він завжди визначається задумом, змістом, роллю, яку виконує певний твір на газетній полосі, у телепрограмі чи радіопередачі.

Хоча у журналістській практиці можливий зворотний процес, коли авторові замовляється стаття чи репортаж, звіт чи інтерв'ю» [23, с. 143].

Закордоном поширені дещо інші спроби ідентифікації поняття «жанр» у журналістиці. Жанр, як дають визначення російські дослідники О. Калмиков та Л. Коханова, це та форма, в якій читачу (слухачу, глядачу) представляється підготований матеріал. Різноманіття цих форм адекватне різноманіттю самої дійсності, що забезпечує повноту її відображення ЗМІ. Журналістські жанри мають свою внутрішню логіку розвитку, пов'язану з освоєнням журналістикою нових проблем, з розширенням сфери її інтересів [26, с. 8].

Звичайно, основою усіх журналістських творів є факт – це подія, що відбулася. Він подає інформацію та має такі ознаки як достовірність, актуальність, свіжість, правдивість, об'єктивність, суспільна значимість. Виходячи з того, що журналістські публікації мають змістовно-формальні характеристики, існує думка щодо стійких груп (типів) «однотонних» текстів, які називаються жанрами.

Згідно з цим поглядом, можна говорити про «породжуючі моделі» журналістських текстів як про синонім поняття «жанр». Автор вважає, що саме усвідомлення «моделей», які об'єктивно виникли і є обов'язковими, призводить до суб'єктивно цілеспрямованого їх наслідування при підготовці нових текстів [62, с. 54]. В основу класифікації покладено три типи відображення – фактографічний (емпіричний), дослідний (теоретичний), художньо-дослідний тощо.

У «Словникові журналіста: терміни, мас-медіа, постаті» подане таке визначення: «історично сформований стійкий тип медіа-твору з відповідною структурою, способом засвоєння фактичного матеріалу та функціями» [57, с. 38].

Традиційно теоретична і практична журналістика на пострадянському просторі вирізняла три групи газетних жанрів: інформаційні, аналітичні та художньо-публіцистичні (в основу розподілу покладені функціональний, структурний, прагматичний принципи).

На думку В. Здоровеги, першим із критеріїв розмежування жанрів є об'єкт відображення, тобто «конкретний життєвий матеріал, який лягає в основу журналістського твору» [23, с. 144], адже нерідко сам об'єкт «проситься у відповідний жанр і відчуває себе там найліпше» [23, с. 144].

Ще одними важливими критеріями В. Здоровега вважав призначення виступу та, відповідно, масштаб охоплення дійсності й узагальнення, бо ці фактори дають змогу не лише розрізнати матеріали інформаційно-описові й аналітичні, а й розмежовувати різновиди в групах жанрів.

Насамкінець, останнім вагомим критерієм розмежування жанрів журналістикознавець називає особливості літературно-стилістичних засобів вираження задуму: «Надмірна суб'єктивність бачення, метафоричність викладу, природна у жанрах художньо-публіцистичних, може бути не тільки зайвою, але й протипоказаною в офіційному повідомленні» [23, с. 146].

Професор В. Різун ґрунтує свою класифікацію жанрів на понятті стилю, оскільки, на погляд науковця, жанри журналістських творів не можуть функціонувати поза стильовими характеристиками відповідних творів: «Кожен жанр репрезентує ту чи іншу комбінацію елементарних стилів. Стиль – це спосіб, манера цілеспрямованої організації змістових типів, жанри – це власне змістові типи, організовані певним способом, стилем» [54, с. 126].

На думку дослідника Л. Кройчик, публіцистичний текст неодмінно включає три найважливіших компоненти:

- а) повідомлення про новину або виниклу проблему;
- б) фрагментарне або ґрунтовне осмислення ситуації;
- в) прийоми емоційної дії на аудиторію (на логіко-понятійному або понятійно-образному рівні)» [32, с. 138].

У зв'язку з цим тексти, що з'являються в пресі, Л. Кройчик розділяє на п'ять груп:

- 1) оперативно-новинні (замітка у всіх її різновидах);
- 2) оперативно-дослідницькі (інтерв'ю, репортажі, звіти);
- 3) дослідницько-новинні (кореспонденція, коментар (колонка), рецензія);

4) дослідницькі (стаття, лист, огляд);

5) дослідницько-образні (нарис, есе, фейлетон, памфлет)

Класифікація жанрів преси на заході є двочленною. Наприклад, жанри преси у Німеччині поділяються на інформаційно-спрямовані жанри (informationsbetonte Textsorten) та жанри, в яких робиться наголос на висловленні власної думки (meinungsbetonte Textsorten) [48, с. 211].

В Україні найбільш прийнятною класифікацією, на наш погляд, залишається градація В. Здоровеги:

- інформаційні жанри (замітка, звіт, інтерв'ю, репортаж тощо);
- аналітичні жанри (стаття, огляд, лист, аналітична кореспонденція, рецензія);
- художньо-публіцистичні жанри (сатирична замітка, фейлетон, памфлет, епіграма, пародія тощо);
- сатиричні жанри (сатирична замітка, фейлетон, памфлет, байка, гумореска, епіграма тощо) [23].

Проте варто пам'ятати, що сучасна журналістика трансформується, розвивається та видозмінюється разом зі змінами у суспільстві. Усталені журналістські жанри також, з плином часу, потерпають змін. Досліджувана проблема є актуальною, оскільки правильний вибір жанру, дотримання вимог кожної жанрової групи впливає не тільки на подання матеріалу, висвітлення факту, а й на сприйняття інформації суспільством.

Відомо, що репортаж як жанр майже однаково ідентифікують дослідники журналістики. У загальножурналістських працях В. Здоровеги [23], О. Коновалової [31], І. Михайлина [38], З. Смелкової [58] – жанр репортажу зараховано до інформаційного роду.

Ми також схилиємося до інформаційної сторони аналізованого нами жанру, відтак зупинимо свою увагу на ознаках інформаційної групи журналістських жанрів. Інформаційна складова в сучасних друкованих ЗМІ традиційно є досить потужною й постійно збільшується. Парадоксальність ситуації полягає в тому, що інформація домінує в свідомості пересічного

читача, потребуючи аналітики вже згодом. Але чергова порція «інформаційної хвилі» накочується так швидко й потужно, що читач практично не встигає не лише проаналізувати попередню інформацію, а й порівняти факти, усвідомивши їх.

Головна мета інформаційних жанрів – інформувати читача про те, що відбулося (відбувається, буде відбуватися), та називати, не коментуючи, факти з реального життя [13, с. 24]. Але при цьому В. Здорова зауважує, що «подієва інформація, або новини, – лише частина величезної кількості різноманітної інформації різного ступеня складності. Йдеться про фіксування з допомогою відповідної знакової системи (письмо, зображення, звук тощо) реального змісту навколишнього світу» [23, с. 158].

Обов'язковим у практиці журналістів є дотримання вимог, які ставлять до матеріалів інформаційних жанрів. Такими вимогами є: інформаційність, оперативність, актуальність, суспільна значущість, правдивість, фактологічна точність, стислість, лаконізм, виразність, простота, ясність, декодованість, релевантність

Розглянемо вказані вимоги детальніше, як це пропонує Г. І. Назаренко [45, с. 10–13].

Інформаційність – насиченість журналістського твору фактажем. Матеріали інформаційних агентств базуються на фактах, відображають факти. Інформаційність та документальність виявляються в суворому дотриманні фактів, використанні документальних джерел, статистичних даних, свідчень очевидців, компетентних осіб.

Під інформаційністю також мають на увазі, що повідомлення повинно містити те, чим ще не володіє аудиторія: нові (незнані досі) відомості або нове осмислення вже відомих фактів.

Оперативність – один з головних критеріїв цінності інформації, що вказує на свіжість, новизну повідомлення. Інформація «поза часом», яка не передає «живого дихання», «живого пульсу сучасності», – загалом непотрібна. Якщо читачу вже відомо з інших джерел про те, що повідомляє журналіст у своїй

інформації, це читача не зацікавить. Якщо ж це буде повторюватися, агентство втратить свою аудиторію. Оперативність має для агентств особливе значення, оскільки вони перебувають у дуже жорсткій конкуренції.

Актуальність – злободенність, необхідність, важливість порушуваних тем і питань. Актуальним вважається повідомлення, яке відповідає сучасним вимогам, викликає інтерес.

Суспільна значущість полягає у тому, що ЗМІ не лише повинні розбірливо подавати інформацію, яка має попит, а й передбачати, як ця інформація відображається на суспільстві. Тотальний негативізм має поступитись місцем в інформаційному просторі позитивно значущим темам і повідомленням. Факти, які свідчать про високу людську мораль, патріотизм, самопожертву, буденний героїзм, мають переважати.

Правдивість, фактологічна точність також є однією з пріоритетних вимог. У повідомленні завжди потрібно подавати точні, достовірні, конкретні факти зі справжніми прізвищами, точними цифрами, реальними відомостями. Недопустимими також є будь-які надмірності, наприклад, перебільшення, прикрашання («лакування») фактів. Повідомлення з помилками, перекрученими прізвищами, неправильними цифровими даними викликають обурення, за цю прикрість часто доводиться вибачатися, а читач втрачає довіру до джерела інформації.

Стислість, лаконізм як якість журналістських творів полягає в ощадливому використанні словесного матеріалу і художньо-зображувальних засобів при найточнішому розкритті ідеї. Максимальна інформаційна насиченість тексту при мінімумі слів — ось формула, за якою працюють професіонали новинної журналістики.

Крім цього, напрочуд важливо перевіряти здобуту інформацію. Принцип перевірки достовірності інформації, яка є комунікацією в цьому випадку, є лише прагматична перевірка фактів, що стали основою друкованого або розміщеного в електронних ЗМК матеріалу.

Перевірка ця має здійснюватися двома методами: повторною перевіркою фактів власне працівниками ЗМІ і контролю за емпірикою споживачами інформації. Зі збільшенням числа користувачів Інтернету, розширенням соціальних мереж можливості перевірки фактів, що наведені в мас-медіа, значно посилилися. Причому тут з'явилися такі варіанти, що їх років десять тому важко було уявити, а саме: користувачі соціальних мереж, обговорюючи той чи інший факт, наведений у газетно-журнальному виданні, часто шукають свідків серед інших користувачів мережі. Знайшовши свідків, опитують їх, зіставляючи достовірність інформації з тією, яка була покладена в основу журналістського матеріалу.

Отже, інформаційні жанри журналістики покликані оперативно, об'єктивно, достовірно повідомляти про факти, події та явища, що актуальні для конкретної цільової аудиторії у нашому випадку друкованого ЗМІ. Репортаж займає важливе місце серед інших жанрових різновидів цієї групи.

1.2. Поняття «репортаж» та його специфіка

Загальновідомо, що лише з кінця 90-х рр. минулого століття в редакціях друкованих газет і журналів запроваджували репортерство як суто спеціалізований напрям у журналістиці. До цього функції репортера виконували, як правило, штатні кореспонденти звичайних відділів. Наукове тлумачення, роз'яснення специфіки репортерської праці й досі перебуває на незадовільному рівні, але ситуація поліпшується, оскільки вимоги саме до матеріалів, вирішених в інформаційній групі жанрів, невпинно зростають.

Щодо історії виникнення репортажу як такого, то варто згадати про 30-ті рр. XX ст., коли індустріалізація і мілітаризація економіки тодішньої Країни Рад потребували адекватного висвітлення економічних, соціальних проблем на шпальтах друкованих видань, тиражі яких обчислювалися десятками мільйонів примірників на день («Правда», «Известия», «Рабочая газета» та ін.) [25, с. 71].

Я. Табінський у свою чергу наголошує, що поняття «репортаж» виникло у першій половині XIX століття і походить від латинського слова «reportare», що означає «передавати», «повідомляти». Спочатку жанр репортажу презентували публікації, що сповіщали читача про хід судових засідань, парламентських дебатів, різних зборів і т.п. Пізніше такі «репортажі» стали називати «звітами». Своєрідність публікацій, що відносяться до жанру репортажу, виникає насамперед у результаті «розгорнутого» застосування методу спостереження і фіксації в тексті його ходу і результатів [60 с. 31].

Репортерство вижило не завдяки «турботам партії і уряду», у Радянському Союзі воно було покликане виконувати утилітарні завдання пропаганди трудових звершень і творчої енергії, реальної чи надуманої, мас трудового населення. До того ж значно ускладнювала процес написання репортажних матеріалів цензура, оскільки будь-який факт, цифра, прізвища керівників і спеціалістів – усе мало пройти відповідну перевірку й узгодження на різних рівнях, що, зрештою, заважало появі оперативних матеріалів. Тому у 50-60-х рр. жанр став занепадати. Репортажі писали переважно з об'єктів житлово-комунального господарства, різноманітних свят, виступів народних колективів т. ін. [21, с. 12].

Посилений обмін інформацією, упровадження Інтернету на початку 90-х рр. минулого століття також активно вплинули на пошук фактів і розширення інформаційної бази для написання жанрових матеріалів. Подекуди спонтанно, проте процес жанроутворення та інваріацій став прискорюватися, відповідаючи на вимоги часу, запити читачів.

Національний менталітет потребує як раніше, так і нині не лише відповіді на класичну постановку проблеми репортажу: «Що? Де? Коли?». Читачі вимагають від журналістів аналізу події, що змальовується в інформаційному матеріалі, прагнуть через пресу визначити оптимальні шляхи розв'язання нагальних проблем. Тому критерії західної преси стосовно підходів до репортажу в нашій реальності не завжди можуть бути прийнятими як аксіома [25, с. 75].

На сьогодні налічується чимала кількість визначень аналізованого нами жанру. Це один із найскладніших журналістських жанрів, напрочуд поліфонічний, тому цілком очевидно, що має безліч дефініцій. Цей жанр не можна втиснути в межі суворих правил чи регламентацій. Кожний репортаж, передусім, – «це особистість репортера, його творча обдарованість» [22, с. 153].

Репортаж виокремлюють і як самостійний жанр, котрий потребує певних передумов для створення. У традиційному розумінні цей жанр журналістики є розповіддю автора про подію під час її здійснення. Дослідники зазначають, що він є «оперативною формою емоційного, наочного зображення події, учасником якої був сам автор» [37, с. 119], або «оперативним жанром преси, радіо, телебачення, в якому динамічно, з документальною точністю, яскраво й емоційно відтворюються картини дійсності в їхньому розвитку через безпосереднє сприйняття автора» [23, с. 177].

Репортаж, за визначенням Володимира Павліва, автора посібника «Репортаж: між фактами та емоціями» – «це розповідь про цікаві історії людського життя, в якій автор звертається до щонайширшої палітри чуттєвих вражень, отриманих від усіх органів чуття. Добрий репортаж має «смак» і «запах», в ньому проявляються найделікатніші кольори і звуки реальності, він демонструє, яким є справжнє життя «на дотик». Він охоплює все те, чого часто не можуть собі дозволити інші журналістські жанри [48, с. 8].

Сучасний репортаж – у принципі лишаючись класичним жанром за відомими ознаками: перебування репортера на місці події, динамічний характер розповіді т. ін., – починає тяжіти в окремих випадках до аналітики, оскільки журналіст, ураховуючи читацькі запити, усе ж змушений хоч і побічно, але коментувати події, свідком яких він став.

Українські й зарубіжні дослідники репортажу, як переконаний А. Іващук, констатують той незаперечний факт, що репортер є не тільки стороннім спостерігачем, він змушений, перебуваючи в епіцентрі, де-факто бути і суб'єктом події [25, с. 68].

Тож, мета репортажу – донести враження від події, отримані через зір, слух, смак, нюх, дотик. На відміну від журналістського розслідування чи аналітичної статті, репортаж нічого не доводить – він лише показує. Відповідає на запитання: як це відбувається / відбувалося? «Автор репортажу повинен зуміти так зодягнути в слова ті чи інші події людського життя, щоб немовби привести читача-глядача-слухача туди, де той ніколи раніше не був, дати йому відчувати те, що відчув журналіст» [48, с. 8].

Отже, майстерність репортера позначається на якості матеріалу практично тією ж мірою, якою впливає на стилістику тексту характер журналіста, його особливе бачення події, психофізіологічний стан у момент написання твору, та сприймання інформації й т. ін.

1.3. Види репортажів у ЗМІ

Репортаж стає дедалі популярнішим жанром на українському медіаринку: майже кожне видання має колонки репортерів. Доволі затребуваними є репортажі журналу «Країна», репортажні розділи видань «День», «The Ukrainians», «Новое время», «Українська Правда. Життя», «Левый берег» та ін.

Відтак, варіативність видів репортажу завжди була наріжним каменем сучасної журналістикознавчої науки. Головна причина цього – невідповідність теорії практичним пошукам вітчизняних і зарубіжних журналістів, інновації в жанроутворенні, що з'являються буквально щомісяця, за півроку забуваються як непридатні, або, навпаки, розвиваються, відходячи від першооснови і змінюючись до невпізнання.

Не даремно сьогодні дослідники не можуть зійтися на єдиній класифікації репортажу як жанру. Відтак, у науковому обігу можна знайти чимало різновидів поділу репортажу за тими чи іншими ознаками.

В. Здоровега пропонує виокремлювати серед різновидів репортажу *«подієві (прямі й непрямі) або інформаційні*, коли автор відтворює певні події

властивими для цього методу відображення методами опису фактів» [23, с. 179]. *Проблемний* репортаж, на думку дослідника, підпорядковує факти зосередженню на невирішених питаннях та процесах. Тому цілком очевидно, що публікації цього жанрового різновиду можуть містити критику, полеміку і навіть вдаватися до висміювання явищ дійсності. Критика журналістом здійснюється виключно з метою впливу на перебіг реальних подій та явищ, зміну суспільного ладу на краще. Ще один різновид, про який згадує дослідник, – це *художні* репортажі, що у літературній практиці часто ідентифікуються як документальні повісті, або художніми нарисами. Ця сфера художньої журналістики стала предметом дослідження ще й літературознавців.

М. Барманкулов поділяє газетний репортаж на три основні види: *доподієвий, подієвий та післяподієвий*. В основі такого поділу лежать три компоненти: розповідь про подію, сама подія, сприйняття розповіді. «У першому підвиді ці компоненти – єдині, в другому – розповідь про подію і її сприйняття в часі відірвані одне від одного, в третьому – подія частково чи повністю проходить за сценарієм журналіста, написаним раніше» [Цит за 5, с. 97]. До доподієвого репортажу належать проблемний репортаж, організований репортаж, репортаж-розслідування. До подієвого – репортаж про незаплановану подію, до післяподієвого – фоторепортаж.

О. Бикова відзначає, що на сучасному етапі широкий діапазон різновидів репортажу прийнято поділяти на *художні, подієві, спеціальні, історичні, а також репортажі-застереження, репортажі-розслідування* [5, с. 99].

До прикладу, А. Іващук з огляду на роль та місце аналітики у ньому виокремлює подібні до попередньої дослідниці різновиди репортажу:

- *політичний*;
- *агітаційний*;
- *історичний*;
- *футурологічний* [24, с. 168];

У той же час критерії західної преси стосовно підходів до репортажу в нашій реальності не завжди можуть бути прийнятими як аксіома. Для прикладу,

французька журналістикознавча наука виокремлює три основні групи ознак репортажу: *бачене, щоденний репортаж і газетний репортаж* [25, с. 72]. Безперечно, одразу виникає проблема адекватного тлумачення того, що пропонують французькі науковці, які спираються на практичну діяльність своїх журналістів. Термін «бачене» на рівні побутової свідомості відомий як вітчизняним репортерам, так і споживачам газетно-журнальної продукції [25, с. 72].

На думку дослідників, тематичний репортаж базується на основному принципі – він має бути присвячений одній події, явищу суспільно-громадського життя, економічній інновації тощо. Репортаж, таким чином, може бути визначений за тематикою: військовий, політичний, промисловий, сільськогосподарський т. ін. Окремо вирізняють дорожній репортаж.

На основі авторитетних думок дослідників репортажу вважаємо, що доцільно вивчати комунікаційно-жанрові різновиди репортажу виходячи з погляду:

- 1) тематичної спрямованості;
- 2) характеру реалізації теми (рольовий репортаж, репортаж-розслідування, спеціальний репортаж, фоторепортаж);
- 3) виявлення випадків трансформаційних явищ у контексті соціально-комунікаційного дискурсу.

Розглянемо детальніше найпоширеніші різновиди репортажів. Найбільш традиційний *подієвий* репортаж характеризується оперативністю подання актуальних суспільних подій. Журналіст повинен вміти швидко опрацювати зібрану інформацію поки вона не застаріла та не втратила своєї актуальності. У таких репортажах обов'язковою є вказівка на місце та час, коли відбувалася подія чи явище. Опис побаченого повинен бути поетапний та поступовий, щоб у читача склалося враження присутності.

Читати подієвий репортаж не повинно бути нудно, відтак журналіст повинен динамічно розповісти про побачене, згадати найяскравіші моменти, що викликали у нього емоції. При цьому автор повинен не тільки чітко описувати

розгортаються на його очах дії, але і відстежувати всі його повороти і колізії. У такому репортажі позиція автора є доволі відчутною.

Не зважаючи на те, що репортаж — інформаційний жанр журналістики, сьогодні все частіше цей жанр збагачується елементами аналітики. *Аналітичний* репортаж повинен не тільки поетапно зобразити побачене, а й з'ясування причин виникнення сказаного явища та відстежити його розвиток. В аналітичному репортажі образна, емоційна оповідь про певну подію переростає в суспільно значущу проблему, яка потребує негайного вирішення. Автор, описуючи якусь подію на основі документальних фактів, ретельно аналізує ситуацію: зіставляє факти, досліджує їх взаємозв'язок у сучасному та історичному аспектах, вивчає причини виникнення проблеми та її наслідки, критично оцінює.

Тож, слушно підкреслив М. Галлер у посібнику «Репортаж», акцентуючи увагу на тому, що проблема в аналітичному репортажі порушується і розглядається на конкретних фактах, спонукає до роздумів. Читаючи аналітичний репортаж, читач не тільки бачить, як розгортаються події, але й насамперед через пошук дістає також науково підтверджену оцінку проблеми та можливості розв'язання» [11, с. 115].

Популярність аналітичного репортажу в сучасній пресі пояснюється тим, що більшість читачів не мають ані часу, ані можливості для розробки проблеми. Вони немовби «делегують цю роботу репортерам: нехай вони здобудуть, опрацюють та інтерпретують, наскільки це є можливим, весь матеріал до теми — відгуки, думки політиків, експертні висновки, свідчення очевидців» [11, с. 115].

На наш погляд, той факт, що останніми десятиліттями часом цей жанр містить чимало елементів аналізу, говорить лише про необмежені потенційні можливості репортажу, про можливість його деформації у руках досвідчених та талановитих українських журналістів.

Вважається, що класичним репортажем є його особливий різновид — репортаж *художній*. Думки фахівців щодо дефініції жанру в цьому випадку не

збігаються. Одні вважають, що художній репортаж може написати лише особа з яскраво вираженим літературним обдарованням. У класичній українській літературі згадують при цьому імена П. Мирного, І. Франка [25, с. 73]. Існує думка, згідно з якою художній репортаж може написати обдарований репортер, який цілком свідомо скористався при цьому відомим і маловідомим одночасно методом включення суто літературних прийомів: метафоричного ряду, великої кількості епітетів, відступів у структурі власне журналістського твору.

За визначенням радянського дослідника І. Прокопенка: «художній репортаж – це невеликий за своїм обсягом літературно-художній твір, присвячений оперативному зображенню якогось нового визначного явища, важливої події дійсності. Відмінними рисами його є образність, публіцистична яскравість, літературно-художня розробка спостережень» [53, с. 67].

Специфікою художніх репортажів є їхній великий обсяг – до п'яти тисяч друкованих знаків, значна кількість прийомів, запозичених із практики написання художньо-публіцистичної групи жанрів. У художньому репортажі за основу беруть, як правило, одну визначну подію, але й проводять історичний екскурс; наявні численні посилання на події аналогічного плану; суто авторські роздуми, що несподівано затримують динаміку розповіді, не заважаючи при цьому загальному сприйманню текстового матеріалу читачем.

Відтак, у сучасних художніх репортажах журналіст, користуючись різноманітними художньо-виражальними засобами зображення, володіє широкими можливостями показу життєвих явищ, в окресленні зовнішнього середовища, у характеристиці героїв за допомогою яскравих деталей і особливостей мови. Найбільш уживані в художньому репортажі описові та оцінні епітети. Крім цього, доволі частими у публікаціях цього жанру є порівняння звичайні та гіперболізовані, образна лексика.

Доволі часто у цьому різновидові репортажу журналіст вдається до використання пейзажних замальовок. З цього приводу український дослідник О. Гриценко [16, с. 266] стверджує, що зображення природи допомагає розкрити певну ситуацію, служать фоном, на якому розвиваються події та

явища, прямо апелює до часу, коли відбувалися події та насамкінець створюють локальний колорит певного куточка України чи окремого району міста.

У роботі І. Прокопенка вжито дефініцію, що зараз практично зникла з наукової лексики, ідеться про «оглядовий репортаж» [53]. В інтерпретації науковця оглядовий репортаж потлумачено як метод швидкого і якісного аналізу певної виставки (товари, послуги), локального зібрання (шкільний випускний дзвоник, збори профспілкового колективу) т. ін. Нині, за умови інтенсивного розвитку засобів масової інформації оглядовий репортаж у пресі втрачає свою актуальність, оскільки телебачення, он-лайн-новини випереджають роботу друкарень.

Поза аналізом залишився *репортаж-роздум*, що раніше входив до групи художньо-публіцистичних жанрів, а тепер, у зв'язку зі стрімким розвитком інформаційної групи, отримує жанрові й стильові характеристики саме репортажу. Нині модними стали репортажі-роздуми в кабіні швидкого автомобіля, на борту фешенебельної яхти.

Таким чином, репортер покликаний передати подію таким чином, аби максимально надати аудиторії можливість відчувати себе на місці події. Етапи роботи над репортажем коротко можна звести до наступного: постановка теми, пошук матеріалу (час, умови, місце події); розташування матеріалу у відповідності до структури жанру репортажу; «одягання» думок у слова.

1.4. Специфіка написання газетних репортажів

Безумовно, репортаж відноситься до складних журналістських матеріалів. Відповідно й на того, хто його пише, – репортера – покладається особлива місія. Він, за влучним висловом М. Вуароля, «є уповноваженим читача, який його відряджає на місце події, щоб той потім все йому розповів. Репортер має бути вкрай чутливим, спостережливим, активним, інакше кажучи – оголеним

нервом» [10, с. 32]. На жаль, цей саме «оголений нерв» не завжди сповна постає у сучасних матеріалах.

Важливою жанровою умовою є присутність автора на місці події під час її здійснення, завдяки опису поетапних змін подієвого процесу журналіст веде свій репортаж. Робота на місці репортажу для журналіста відрізняється своєю динамічністю, швидкістю «зміни декорацій» та особистим контактом журналіста з ситуацією та героями. Тому часто репортери пишуть свої репортажі, вже прибувши в редакцію, складаючи тоді пазли занотованих і «впійманих» моментів у тло тексту. Варто зазначити, що найчастіше у цьому процесі допомагають нотатки, які уже давно «сучасні» молоді журналісти замінили на диктофонні записи та стріми.

Іноді репортажам «бракує справжнього репортажного ритму, жанрової довершеності. Найчастіше розповсюдженими помилками є слабкі початки, задовгі речення, побудова останніх у пасивній формі (минулому часі), недостатньо якісні в змістовому плані знімки відсутність розбивок тексту (здебільшого на діалогічні форми, коли можна більше довідатися інформації з перших уст, додатково заінтригувати читача) або ж навпаки, ці розбивки занадто розтягнуті» [61, с. 249], – пише українських дослідник В. Тарасюк.

У контексті сказаного особливо важливу роль відіграє зачин – початок розповіді, який покликаний зачепити читача за живе, привернути його увагу, примусити дочитати матеріал до кінця. Важливо вдало ідентифікувати матеріал – продумати доречний заголовок, який би підкреслив унікальність та важливість події, про яку ідеться, але при цьому заінтригував читачів до ознайомлення із текстом.

Я. Табінський вважає однією з найголовніших особливостей репортажу подієвість. Тлумачення події, яке подає більшість словників, лаконічне й однозначне: подія – те, що відбувалося, або відбулося, сталося; явище, факт суспільного або особистого життя» [59, с. 31].

Також дослідник звертає увагу, що не всяка подія гідна висвітлення у репортажі, тому критерій вибору події – це актуальність та суспільна

значущість. Розповідь репортера повинна розкривати читачеві якусь нову сторону дійсності. Саме така особливість визначає одну з важливих особливостей жанру – його динамічність [59, с.32].

Варто наголосити, що кожна структурна ланка репортажного тексту є надзвичайно важливою для написання якісного матеріалу, проте кожен журналіст обирає для себе, яку саме з частин виділити.

Суттєвий жанровий чинник репортажу — обмеження оповіддю лише однієї події, тому наявність опису й аналізу декількох подій не є ознакою цього оперативного жанру. У такому разі репортер має вирішити завдання вибору необхідної для емоційного висвітлення події, яка багата на яскраві деталі й подробиці.

Щоб підготувати якісний репортаж, журналісту важливо вміти ніби проникнути у роботу і турботи інших людей, або, узагальнюючи, дослідити життя. Його можна дослідити лише тоді, коли журналіст знає, чого саме варто шукати, яку головну тему розробляти. У цьому авторові допоможе наперед продумана концепція, план публікації тощо.

Перш ніж писати текст, журналіст розробляє план тексту, вирішує його послідовність. Особливістю літературного репортажу є те, що журналіст часто може порушувати хронологію подій, переставляти епізоди ситуації, змінювати «декорації» на власний розсуд. Внаслідок такої гри моментів картина репортажу в кінці повинна бути чітко зрозумілою. Найважливіші структурні ланки репортажу, початок – кульмінація – кінець, у довільному порядку мають різні функції. Початок має ввести читача в ситуацію репортажу, але не розкрити суті, аби напруга трималася до кінця матеріалу. Варто наголосити, що «кожна структурна ланка репортажного тексту є надзвичайно важливою для написання якісного матеріалу, проте кожен журналіст обирає для себе, яку саме з частин виділити» [14, с. 120].

Принагідно слід додати, що при написанні репортажів варто враховувати три головні правила їх побудови. Це – інформаційне наповнення й головна ідея, власне план матеріалу та, особливо слід підкреслити, правило наближення до

інтересів читача. Воно передбачає врахування різних векторів смаків аудиторії, із яких найчастіше застосовуються географічний (актуалізація події з урахуванням територіального принципу), хронологічний (коли подія щойно відбулася й відповідно найбільше цікавить споживачів інформації) та соціокультурний (зацікавленість предметом розмови за допомогою тонкощів професійної, громадської діяльності).

Розглянемо ще особливості написання сучасних репортажів, зважаючи на тенденції розвитку журналістики та ЗМІ.

Насамперед зауважимо, що фрагментарність як порівняно нове явище для вітчизняної репортерської праці полягає в кількох інваріантах її використання. Першим і основним є можливість використання фрагментів-епізодів особистого бачення репортером події, що подається немов уривками кадрів кінохроніки [25, с. 74]. За текстом ці уривки пов'язуються між собою внутрішньою динамікою і в цілому загальною логікою розвитку події. Таке використання фрагментарності як прийому потребує високого професійного досвіду, літературних здібностей. Крім усього іншого, репортер, який користується цим методом, має ознайомитися з першоджерелами подібної форми подачі – переважно в англо-американських письменників минулого століття.

Інший варіант використання цього методу – активне залучення в архітектоніку репортажу відступів у формі монологів, коротких діалогів людей, які таким чином стали свідками певного явища. Оскільки значна кількість матеріалів, написаних сучасними репортерами, висвітлює перебіг справ у форс-мажорних обставинах, то і монологічний, діалогічний характер розповіді повинен мати емоційно-забарвлений стиль [25, с. 74].

Третій варіант використання методу фрагментарності під час написання репортажу – надзвичайно складний з огляду на те, що необхідний певний час, аби його підготувати. Ідеться про фрагментарність у вигляді історичних відступів, коли мовиться про аналогічну ситуацію в минулому. Варіант цього матеріалу є надзвичайно інформативний і продуктивний, оскільки пересічний

читач усе більше цікавиться подіями реального історичного минулого і подібні екскурси в репортажі сприймаються адекватно.

Деталі – особливий складник репортажу. Вони ілюструють те, що не можуть сказати слова, або ж навіть їх замінюють. Яскрава деталь може стати початком репортажу чи його смисловим завершенням, вона добре підкреслює життєві історії, а також неабияк доповнює героїв репортажу та й розповідь самого журналіста. Важливо, щоб деталі додавали загальній картині героя чи репортажу певного відчуття присутності й не були просто перелічені [14, с. 120].

Варто наголосити, що зайве нагромадження деталей не буде сприйматися читачем. «Читач, якщо з початку тексту має справу з деталями, несвідомо намагається їх запам'ятати. Бо підсвідомо вважає, що вони йому будуть потрібні під час читання» [66]. Саме тому під час написання репортажу слід обирати лише ті деталі, які підкреслять або ж проілюструють смисли.

Заголовок публікації – складова, з якою читач ознайомлюється насамперед. Важливими стильотворчими факторами викладу виступають характер заголовку, його композиція, мелодика та ритм. Заголовок жанрів журналістики органічно вписуються у стиль тексту, зумовлюючи емоційну та змістову спрямованість усього подальшого викладу.

У репортажах трапляються заголовки узяті із цитат різноманітних осіб, про які згадується безпосередньо у тексті публікації. Серед інформаційних заголовків переважають точні, ділові повідомлення, які побудовані за моделлю неповних конструкцій типу «що – чого» чи «що – де»[42, с. 227]. Також заголовки можуть подаватися у вигляді питальних речень, як правило, риторичних питань, які допомагають сконцентрувати увагу читача на важливих подіях та спонукають його до активного сприйняття подальшої інформації. Поміж заголовками трапляються і короткі речення, які стверджують певний факт чи подію, виконуючи у такий спосіб темовидільну та інформативну функції і надаючи можливість певним чином прогнозувати зміст репортажу.

Відтак, журналісту напрочуд важливо підібрати найбільш влучний відповідно до його мети та задуму заголовок. Саме завдяки вмілому поданні заголовкової частини автор зможе привернути увагу до свого матеріалу.

Не менш важливо для журналіста вміти володіти мовними засобами, які б допомогли повноаспектно охарактеризувати побачене та почуте. Відтак, мовленнєва експресія – ознака репортажного тексту, що забезпечує передання змісту зі збільшеною інтенсивністю, виражає внутрішній стан мовця. Як наслідок, суттєво підсилюється емоційне або логічне навантаження висловлювання.

На думку сучасних дослідників (О. Бикової [3–5], Я. Мозгової [41], Р. Назар [44]), важливими елементами є вставні конструкції, порівняння, окличні речення, парцеляція тощо.

Найпоширенішою для мови сучасного пресового репортажу є пояснювально-уточнювальна модель. Реалізуючи її, вставлені конструкції набувають таких форм [3, с. 118–119]:

1. Уточнення фактів, інформації (місця, особи, часу тощо) зі значенням «а саме...»;
2. Уточнення, конкретизація інформації шляхом використання пояснювальних однорідних компонентів;
3. Пояснення слів, понять, явищ зі значенням «тобто»;
4. Переклад іншомовних слів, назв;
5. Пояснення аббревіатур або навпаки – їх згортання;
6. Пояснення, що реалізується завдяки поширеним простим або складним реченням.

Бачимо, що вставні конструкції покликані реалізувати низку функцій. Насамперед варто згадати про довідкову, яка, на нашу думку, характеризується бажанням журналіста надати інформативну консультацію своєму читачеві щодо понять, які можуть бути незрозумілими для останнього. Ці типи вставних конструкцій рідко використовуються автором репортажу для висловлення суб'єктивної думки, емоцій з метою впливу на читача.

Реалізуючи емоційно-експресивну функцію шляхом використання вставлених конструкцій у мові сучасного пресового репортажу, репортер збільшує міру своєї присутності, найбільш безпосередньо висловлює свою позицію, ставлення до повідомлення.

Досить часто джерелом породження емоцій у сучасних пресових репортажах слугують окличні речення. Окличні речення як мовні одиниці, що виражають емоційні переживання того, хто говорить, або його емоційно-інтелектуальне ставлення до фактів і явищ дійсності та вимовляються з особливою, так званою окличною, інтонацією [4, с. 62], активно вживаються в репортажах і різноманітні за структурою та емоційно-експресивним забарвленням.

Одним із найефективніших засобів актуалізації смислу висловлювання є парцеляція – «прийом експресивного синтаксису зі стилістичними трансформаціями, при якому відокремлений від синтаксичного цілого певний сегмент викликає експресію та підкреслення» [35, с. 238]. Парцеляція дає змогу автору репортажу виділити, підкреслити певну частину повідомлення, надати думці, яку вона виражає, стилістичної ефективності. Причому парцеляти не доповнюють думку речення новими міркуваннями, а лише експресивно підсилюють її, що саме й відрізняє парцеляцію від приєднувальних структур, які зазвичай доповнюють думку базового речення новим висловлюванням.

Вставлені конструкції в тексті репортажу мають потужний комунікативний потенціал. Вставлені слова, словосполучення, речення, за допомогою яких здійснюється модальне та емоційно-експресивне оцінювання повідомлення, виступають у репортажі для уточнення, роз'яснення, доповнення змісту основного речення, вказують на певні деталі чи нові факти, що не були передбачені в момент формування думки. Речення зі вставленими конструкціями в сучасних репортажах аргументують зміст основної частини висловлювання, виражають емоції автора, індивідуальне сприйняття дійсності, сприяють естетичному впливові тексту на читача.

Отже, вставлені конструкції в структурі пресового репортажу є семантико-синтаксичним ускладненням простого речення, оскільки модальна оцінка чи додаткове повідомлення можуть бути розгорнуті в окрему предикативну одиницю, а вставлені речення взагалі не втратили предикативності [4, с. 61].

Повтор завжди доповнює висловлювання експресивним відтінком, акцентуючи або інтенсифікуючи його певний смисл [Мозгова]. Повтор лексичних, синтаксичних одиниць, що займають різні позиції в реченні, забезпечує семантичну та емоційно-експресивну зв'язність тексту репортажу.

Таким чином, головними складовими цих публікацій виступають: продумана їх побудова; удалий добір фактів; динамічне розгортання подій у часі; створення ефекту присутності автора на місці заходу; документально точне відтворення того, що відбувається; уміння збагатити розповідь вагомими подробицями, емоційно піднесеним викладом із наголосом на основному.

Висновки до розділу. На сьогодні налічується чимала кількість жанрів, в межах яких може реалізувати власний творчий потенціал журналіст. Важливу роль серед інформаційних жанрів відіграє доволі складний та неодноманітний репортаж.

Репортаж за типовим визначенням належить до оперативних жанрів журналістики, у якому динамічно, документально точно, емоційно відтворюється конкретна дійсність, правдиві факти через безпосереднє сприйняття автора, який обов'язково виступає очевидцем тих чи інших описаних подій.

Сучасне українське суспільство відчуває гостру потребу в соціально значущій інформації, і репортаж, зображуючи конкретну дійсність документально точно, мальовничо й емоційно, дає аудиторії можливість опинитися на місці події, адже основне завдання репортажу – вплинути на

читачів, навіяти їм ті чи інші ідеї, сприяючи появі емоційної реакції у формі почуттів, дій, вчинків.

Основна функція сучасного репортажу в друкованих періодичних виданнях – оперативно повідомляти про подію й тим самим впливати на читача, активізувати його думки та почуття, змусити співпереживати.

Практика української преси, в залежності від завдань, які ставить перед собою журналіст, виробила декілька різновидів репортажу, що істотно різняться між собою формою літературного викладу, методом відображення дійсності.

Розрізняються велику кількість класифікацій репортажів. Українські журналістикознавці, В.Здоровега, А. Іващук, В. Павлів, І. Прокопенко та інші класифікували репортажі, виходячи не лише з теоретичної спрямованості, а й за підходом до розв’язання теми, формою літературного викладу. Найчастіше трапляються тематичні класифікації різновидів цього жанру або за подієвою ознакою.

У той же час класичним різновидом репортажу є художній. У такому творі великого значення набувають літературні засоби, які допомагають яскравіше розкрити подію, явище чи зобразити певну особу. Часто в художньому репортажі присутні й короткі портретні зображення людини – риси обличчя, одяг. Цікавими різновидами репортажу також є дорожній, портретний, репортаж-розслідування тощо.

При написанні репортажів важливо дотримуватися жанрових ознак, що притаманні цьому різновиду публікацій. Відтак, реципієнт повинен відчувати власну присутність на місці події, яка досягається у тому випадку, якщо журналіст детально описує побачене, застосовує вдалі переходи від однієї думки до іншої, не розпорошує уваги великою кількістю відступів, уточнено тощо. Репортаж, на наш погляд, повинен бути виконаний ніби на одному подиху, щоб читач не зміг відірвати погляд від тексту поки не дочитає до кінця.

Важливо вдало продумати заголовок публікації. А звертаючись до експресивних мовних засобів, автор репортажу робить текст образним, емоційно забарвленим. Через експресивність виражальних засобів мовець передає своє ставлення до повідомлення та адресата.

РОЗДІЛ 2. ГАЗЕТИ «ДЕНЬ» ТА «ЕКСПРЕС» У КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНОЇ ПЕРІОДИКИ

2.1. Сучасні тенденції функціонування газети «День»

Особливе місце в українській публіцистиці посідає газета «День», яка намагається встановити історичну справедливість, усіяко заповнити білі плями в історії української нації, прищепити пересічним українцям почуття національної гідності та гордості за власну державу. Ідеї, які висвітлюють тут українські публіцисти, надзвичайно актуальні в контексті сьогочасних суспільно-політичних подій, пов'язаних із загостренням державотворчих питань.

Газета «День» користується попитом серед українських читачів; матеріалам, що подані на шпальтах цієї газети, довіряються. Оскільки ЗМІ не може оминати можливості заохочення аудиторії, то цілком очевидно, що видавці вдаються до оригінальних конкурсів серед читачів та низки інших методів взаємодії.

Насамперед детальніше охарактеризуємо специфіку цього видання. Так, аналізована нами газета «День» – це щоденна всеукраїнська газета суспільно-політичної тематики, що виходить чотири рази на тиждень (з вівторка по п'ятницю). Містить видання як поточні новини, так і аналітичну інформацію. Виходить трьома мовами (українською, російською, англійською).

До кінця 1996 року (саме цього року і засноване видання) газета друкувалася лише українською мовою, з січня 1997-го – й російською. 25 січня 1998 року з'явився англomовний тижневий дайджест «The Day» [6; 40; 50].

З весни 1999 року газета «День» перша в Україні стала членом асоціації «Синдикат» – міжнародна газетна асоціація. (На сьогодні в Україні лише два ЗМІ є членами цієї асоціації – «День» та «Дзеркало тижня»).

До свого 15-ліття у 2011 газета «День» започаткувала веб-проект – «Україна Incognita»[50, с. 54]. Сайт проекту розпочав роботу 18 серпня 2011

року. Ключова мета проекту – формування неспотвореної, правдивої історичної пам'яті українців. Головний редактор цього ЗМІ – Лариса Івшина.

Проект розглядається як продовження ідей газети з метою вивчення та осмислення української історії та висвітленню її в Мережі. До проекту входять історичні та краєзнавчі матеріали, що впродовж років існування газети були опубліковані на її шпальтах, де були досліджені невідомі чи суперечливі епізоди минулого України [55, с. 130].

Крім цього, культурно-освітній проект «Україна Incognita» позначений інтелектуальним спрямуванням, профільною тематикою публікацій, продуманим добором авторів. Варто акцентувати одну з його особливостей, що засвідчує авангардність панорамного бачення порушеної проблематики.

Українськомовне видання позиціонує себе як незалежний ЗМІ, що відстоює інтереси України і за рахунок якісних журналістських матеріалів впливає на формування об'єктивної громадської думки. Його вплив на читацьку аудиторію зумовлюється тематико-жанровими особливостями контенту газети. Жанрово-тематичне наповнення є одним із визначальних показників впливу друкованого видання на читачів. Крім тематики, велике значення у впливовості суспільно-політичного видання на аудиторію має жанрова палітра видання, тому що жанр матеріалу підсилює авторську думку, сприяє легшому розумінню читачами інформації, яку журналіст хоче донести.

У виданні «Гід журналіста» виокремлюють такі параметри (правила) наближення зацікавлень: правило географічного наближення; правило хронологічного наближення; правило емоційного наближення; правило наближення за специфічними інтересами; наближення за принципом популярності і наближення за принципом рідкісності [13, с. 127]. Всі ці параметри характерні для публікацій газети.

Образ «Дня» як інтелігентного видання, що позиціонує себе «дзеркалом українського суспільства», створюють публікації популярних рубрик і тематичних сторінок, як-от: «Історія та «Я», «Україна Incognita», «Культура»,

«Суспільство», авторами яких є відомі українські вчені, письменники, публіцисти, культурологи.

Крім того, газета не лише розширює межі відомого читачам, а й розповідає йому, де ще, крім її сторінок, можна поповнити свою інтелектуальну скарбничку [52, с. 225] Такими є, наприклад, матеріали «Що одягали наші прадіди і прабабусі?» (про оновлену експозицію виставки «Традиційне мистецтво українців» у Національному музеї історії) та «Первісний авангард» (про початок зйомок фільму про найдавніші українські музичні інструменти). Автори «Дня» піклуються про культурне дозвілля своїх читачів, тому відбирають корисні та непересічні події, місця, фільми та літературу.

Матеріали, присвячені минувшині, публікують у газеті регулярно. Проте тематика і спосіб подання інформації змінюються. Якщо одного року було багато статей та заміток, що безпосередньо оповідали про перебіг певних подій або про життя значних постатей, то іншого їх може стати менше. «Складається враження, ніби газета розвивається та дорослішає разом зі своїм читачем» [52, с. 225], – зауважує О. Присяжнюк.

Детальніше контент-моніторинг щоденної газети «День», за дослідженнями Т. Сащук, засвідчив, що видання реалізує актуальну проблематику крізь призму таких тематичних блоках:

- економіка і політика;
- наука і освіта;
- держава і її взаємодія з іншими соціальними інститутами;
- соціальна культура;
- екологія і збереження енергоресурсів;
- фізичне і моральне здоров'я нації;
- материнство і дитинство;
- культура і мистецтво [55, с. 132].

Для урізноманітнення журналістського тексту і досягнення розважального ефекту в інформаційно-аналітичному виданні «День» використовуються такі засоби: епітети, уособлення, порівняння, фразеологізми,

просторіччя, засоби іронії та гумору. Можемо стверджувати, що найпоширенішим художнім засобом є епітет. Це спричинено тим, що журналісти для емоційності викладу і створення яскравого образу вдаються до пошуків оригінальних означень.

Унікальність цього щоденного видання вбачаємо у таких перевагах:

- 1) сильній авторській інтонації;
- 2) стилі та стильності;
- 3) відкритості світові, орієнтації на найкращі іноземні зразки жанру;
- 4) повній та демонстративній незалежності від політичних сил чи бізнес-груп.

Крім цього, про авторитетність названого видання в інформаційному просторі України свідчать лідерські позиції у рейтингах за накладом, рівнем цитування, впливовістю на аудиторію. Ця газета має постійного, чітко визначеного читача. Ще більшою є її потенційна аудиторія – ті читачі, які звертаються до газет епізодично, а не періодично, не стали постійними передплатниками або читачами. Задекларований редакцією наклад «Дня» – 62,5–65,4 тис. прим., п'ятничний випуск – 90 000. Ще одним критерієм для вибору й порівняння є той факт, що щоденне видання відображає інтереси аудиторії України і виходять для читачів нашої держави – газета «День» також видає англomовний дайджест у вівторок, четвер накладом понад 7 тис. прим.) [55, с. 131].

Журналісти газети дотримуються принципу національної спорідненості із читачами та виховання патріотичного духу. Найголовнішим завданням газети, на думку її засновників, є побудова громадянського суспільства, відтак і якісно нової читачької аудиторії [6, с. 39]. Видання має на меті, з одного боку, спрямувати свого читача до загально-європейськості, а з іншого – звернути більш пильну увагу цільової аудиторії до українського, показати країнам невідомої України, створивши інтелектуальний національний фундамент. Важливу роль у цьому процесі відіграють способи заохочення аудиторії, до якої вдаються видавці.

Оскільки, за переконаннями львівського дослідника Я. Табінського [60], серед української друкованої періодики чи не найкращою в сенсі візуалізації є газета «День», то цілком слушно ЗМІ а щороку проводить фотоконкурси для професіоналів та аматорів фотографічного ремесла.

Фотоконкурс газети «День» проводиться щорічно з 1999 року і є одним з наймасштабніших соціальних проектів видання. За всі роки існування фотовиставку побачили в 28 містах України, а загальна кількість відібраних робіт за цей час понад три тисячі. Після урочистого відкриття фотоконкурсу в столиці, проект мандрує Україною.

Дні «Дня» для кожного міста України – особливе свято, адже крім «екстрактів» фотовиставки відбуваються зустрічі головного редактора зі студентами, читацькі конференції та засідання дискусійних клубів [60, с. 122].

Щодо започаткування конкурсу фотографій, то ідея була завжди, адже на думку головного редактора потрібно створювати конкурентний простір, бо навіть найкращі люди можуть «застоятися». Ця фотовиставка – «це естетичне й культурне явище, бо вони все показують і все роз'яснюють Журі працюють за таким основним критерієм: «На фотографії повинно бути ще щось крім самої фотографії». Люди говорять тонни слів, терабайти інформації звалюються на їхні голови, а щось дуже важливе і цінніше залишається поза увагою. І знімки – це та додаткова комунікація, «вітамін росту» для суспільства», – переконана головний редактор видання [50, с. 55].

Під час експозиції найкращих фото «Дня», яка зазвичай триває близько місяця, кожен відвідувач має можливість проголосувати за найкращу, на його погляд, світлину, залишити відгук у книзі та отримати чималу естетичну наснагу від 150 робіт українських фотомайстрів. Саме найкращі світлини газети «День» щоразу підбивають підсумки року, створюють своєрідний візуальний портрет того, чим жила країна.

Як вказано на офіційному сайті видання [День], до участі у фотоконкурсі запрошують професійних фотографів, фотожурналістів, фотоаматорів, зокрема й дітей до 18 років. Приймають чорно-білі та кольорові фотографії виставкової

якості (не менше ніж 3000 пікселів по більшій стороні, розмір файла не менше 3 МБ), в електронному вигляді, максимальна кількість від одного учасника – 20 робіт [17].

Конкурс від газети користується попитом чимало років підряд. Для того, аби уявити його масштаб, можна навести приклад, що щороку в редакцію надходить понад дві, а то й три тисячі світлин, з яких редакційне журі відібрало кілька сотень найкращих робіт фотографів-професіоналів та фотолюбителів з усіх куточків України.

На презентації фотовиставки завжди їздить головний редактор Лариса Івшина. До прикладу, 2017 року у Луцьку редакторка наголосила:

«Наш колектив старається показати Україні – Україну. Мені приємно, коли перемагають не «свої», а кращі. А свої, тоді коли вони най-най-най. Це насправді важливий момент, тому що проти «непутизму» є різні методи, які досить поширені в нашому суспільстві. Зокрема, на хвороби «клановісті» «кумовствості» та «сватовства» знайшли чудову таблетку: відкрите визнання талановитих. Посилення ваги прекрасних людей, про яких ми нічого не знаємо» [34]. Вона додала, що відбирають фотографів дуже просто: за вдалими фотографіями. А роль з кожним роком конкурсу набуває ще масштабнішого значення.

Як бачимо, фотоконкурс від редакційної колегії уже чимало років поспіль користується попитом серед українців, які надсилають низку світлин на електронну адресу редакції. Ця фотовиставка, укомплектована із найкращих робіт, згодом побуває у багатьох містах України. Крім репрезентації знімків, видавці мають змогу продати зацікавленим особам видання, підготовлені журналістами газети, та, звичайно, збільшити інтерес до власного медіа.

Дослідники стверджують, що важливо на шпальтах друкованого видання публікувати листи-відгуки від читачів. Для якісної преси публікація листів читачів на сторінках друкованого засобу масової інформації – це форма вираження громадської думки і разом з тим інструмент забезпечення гласності в демократичному суспільстві. Листи-відгуки виступають засобом виявлення

громадянської активності аудиторії, залучення її в процес управління суспільством. З їх допомогою читач бере участь і в управлінні ЗМІ. Читачі повідомляють свою думку з приводу конкретного матеріалу, щоб редакція врахувала його в своїй роботі [62, с. 148].

Варто звернути увагу, що редакційна пошта «Дня» щодня поповнюється публікаціями, які пишуть читачі із різних регіонів країни. Окрім пересічних осіб, до цієї справи долучаються у журналісти тих чи інших міст, що бажають співпрацювати із виданням. У такий спосіб редакційна колегія може не тільки довідатися низку новин із найвіддаленіших куточків України, а й розуміти читацькі смаки та вподобання свої реципієнтів.

Отже, суспільно-політичне видання «День» належить до всеукраїнських щоденних газет. На шпальтах цього ЗМІ можна прочитати чимало актуальної на сьогодні інформації, представленої у різних жанрових формах, зокрема і у репортажах.

2.2. Особливості функціонування газети «Експрес»

Це одне із небагатьох видань, центральний офіс якого розміщений не у Києві. «Експрес» – всеукраїнська українськомовна газета з головною редакцією у Львові, що виходить друком з 1992 року. Тематика публікацій на газетних шпальтах різноманітна. Так, у газеті доволі часто підіймаються такі теми: суспільство, політика, економіка та міжнародні відносини, культура, наука, медицина, розваги та ін. Головним редактором «Експресу» є львів'янка Уляна Вітюк.

Отже, розуміємо, що це одне з найрозвиненіших західноукраїнських видань, яке вийшло на київський та східноукраїнський ринок. Варто також згадати про те, що газету видають українською мовою для Західного регіону, а також російською для центрально-східних областей.

16 жовтня 1992 року побачив світ перший номер газети, що на тоді була названа «Експрес. Програмка»[43, с. 23]. У редакції на той час працювало лише 6 осіб. Виданню вдалося само окупити навіть перший випуск – так, на 12 сторінках цього випуску були надруковані рекламні оголошення, оплата за які повністю окупила витрати на тираж. Саме через це газета потрапила до кіосків для розповсюдження за суто символічною ціною – за одну копійку.

Редакція позиціонує видання як «лідера газетного ринку Правобережної України», однак серед «цільової аудиторії» газети є і лівобережна Полтавщина, і Чернігівщина. Для різних регіонів України друкуються окремі регіональні вкладки. Видається тиражем понад 500 тисяч примірників. Найбільш тиражне видання в Україні. У штаті редакції понад 260 людей.

Редакція «Експресу» видає безкоштовні додатки у тижневих номерах: газети з місцевими новинами – «Львівські новини» («Експрес») і кольоровий журнал телепередач на тиждень – «ТелеЕкспрес». З 2002-2006 рр. газета «Експрес» видавала такі безкоштовні додатки як: «МедЕкспрес», «ДімЕкспрес», «СпортЕкспрес», «АвтоЕкспрес», «Домашній порадник», «Майстер», «Моя пенсія» тощо. На сьогодні їх кількість зменшилася [20].

«Експрес» успішно функціонують на ринку ЗМІ завдяки своїм читачам. Редакція цього видання намагаються постійно завоювати нових читачів і таким чином приваблюють рекламодавців, які і забезпечують основний дохід.

Щодо власника видання, то вона належить товариству «Експрес Медіа», керує яким Ігор Починок. Хоча дослідники зауважують, що структура власності тут доволі заплутана. Флагманська газета медіа-холдингу «Експрес» видається з 1992 року, однак сьогодні її видають та розповсюджують підприємства, заснування або зміна назви яких, згідно з ЄДРПОУ, датується 2012 роком.

На сьогоднішній день засновником газети «Експрес» офіційно є «Експрес Мультимедіа Груп», зареєстрована у березні 2012 року. Видавець газети – ТОВ «Фонд «Свобода слова», яке, у свою чергу, є 100% власником і засновником «Експрес Мультимедіа Груп». ТОВ «Фонд «Свобода слова» лише у 2012 році

отримало сучасну назву, хоча було зареєстроване у 1999 році і протягом 13 років називалось ТОВ Газета «Експрес». Сьогодні «Фонд «Свобода слова» – це підприємство з уставним фондом 7400 грн. Ігору Починку належить 90%, решта – Миколі Коману, який є давнім бізнес-партнером Починка [30].

Старший викладач І. Вялкова наголошує на тому, що рівень задоволеності читачів газетними виданнями доцільно визначати за наступними параметрами:

- оформлення видань;
- наявність регіональної преси у продажу;
- об'єктивність та достовірність інформації;
- оперативність інформації;
- вичерпність інформації;
- стиль подання інформації;
- важливість інформації особисто для читача;
- ціна.

Спробуємо з'ясувати, на скільки газета задовольняє читацькі вподобання. Жанрова палітра газети «Експрес» є різноманітною. Редакція газети «Експрес» наголошує на сенсаційних розслідуваннях – незаконна лікарська діяльність так званого «Доктора Пі», так звана «Справа на мільярд» про розкрадання державних коштів в «Укрзалізниці» тощо. Журналісти газети висвітлюють проблеми суспільства, історії. У редакції організовують круглі столи, де фахівці обговорюють різні питання і проблеми. Такі матеріали дають газеті ексклюзивності.

«Експрес» ще з 90-их років виходять кольоровими у форматі А3. Шпальти видання професійно оформлені, розміщують багато фотографій. Редакція газети регулярно стежить за змінами на ринку і пристосовується до них. Так, «Експрес» має у структурі відділ маркетингу, тому регулярно слідкує за потребами читачів і проводить їх опитування.

Редакція виступає медіаспонсорами різних мистецьких і культурних заходів, а також організовує конкурси для читачів. До прикладу, у 2008 р.

редакція газети «Експрес» організовувала акцію «Серце до серця» – кожні п'ять копійок від продажу кожного примірника номера від 3–10 січня 2008 р. редакція передавала на підтримку талановитих дітей-сиріт. Зі сторінок редакція закликає читачів доєднатися до акції.

Як стверджує дослідниця І. Мудра [43], під час економічної кризи 2008-2009 рр. редакцію «Експресу» покинули провідні журналісти і від цього постраждало змістове наповнення. Проте редакційний колектив робив усе можливе, аби втримати аудиторію постійних читачів.

Газета розрахована на читача з різнобічними інтересами. Вона вирізняється високою якістю журналістської роботи, резонансними журналістськими розслідуваннями, вмінням об'єктивно препарувати суспільні недоліки, безкомпромісним ставленням до політиків та чиновників.

Тому «Експрес» неодноразово піддавався критиці за його публікації щодо ВО «Свобода». Так, депутат Київської обласної ради від партії «Свобода» Олександр Аронець свого часу зробив заяву, що «Експрес» публікує замовні матеріали проти його партії і відстоює бізнес-інтереси засновника Ігоря Починка [1]. Згодом у листопаді 2013 року лідери опозиційних сил Арсеній Яценюк, Віталій Кличко і Олег Тягнибок підписали заяву, у якій звинуватили газету в порушенні журналістських стандартів і морально-етичних норм – висуненні бездоказових звинувачень.

Зі свого боку видавці заявили, що подібні звинувачення ні чим не підкріплені і не мають вагомого значення. Хоча видання не раз проводило резонансні розслідування, чимало дослідників наголошують у цьому контексті любов до сенсацій та публікацію заангажованого матеріалу.

З одного боку журналістів газети «Експрес» хвилює велика кількість передвиборчої агітації. З іншої – на шпальтах видання часто продукувалися матеріали агітаційного змісту. Ще у серпні на шпальтах видання з'явилася публікація «Вибори по-новому: як обійтися без політичної реклами» («Експрес», 09.08.2015), де наголошено, що нардеп та член комітету з питань правової політики та правосуддя Руслан Сидорович в студії телеканалу новин

«24» розповів про ситуацію з можливою заборonoю політичної реклами під час виборчої кампанії та про причини такої ініціативи.

Отже, газета «Експрес» належить до всеукраїнських суспільно-політичних газет, що заснована 1992 року. На шпальтах видання можна зауважити публікації на різні теми, особливе місце відводиться резонним розслідуванням.

2.3. Місце обраних видань на ринку сучасної суспільно-політичної періодики

На сучасному ринку налічується чимало вагомих суспільно-політичних газет та журналів, що розраховані на загальноукраїнську аудиторію читачів. Кожне із цих видань має власну оригінальну концепцію та міцно тримає свої позиції на медійному ринку країни.

Журнал «Український тиждень» вперше вийшов у світ у 2007 році в Києві. У цьому ж році був започаткований його електронний варіант, який повністю дублює публікації друкованої версії. Співробітники редакції та інші автори журналу пишуть лише про актуальні події, що відбуваються в Україні [49, с. 282]. Крім українського видання, друкується і щомісячний журнал англійською мовою. «Український тиждень» був висунутий на премію Інститутом Гете в Україні.

Засновники позиціонували видання як «журнал для вдумливого читання». Визначальною ознакою цього тижневика має стати «незацикленість на мейнстримових питаннях». Свого читача видавці нового тижневика бачать таким: він поділяє європейські цінності, зокрема такі, як демократія та лібералізм, і завжди відкритий до діалогу.

Головним редактором видання є Дмитро Крапивенко. Крім цього, до редакційного складу журналістів належать Наталія Петринська, Олександр

Крамар, Анна Корбут, Ганна Трегуб, Богдан Буткевич, Валерія Бурлакова, Станіслав Козлюк, Юрій Макаров, Роман Малко, Олександр Михельсон тощо.

Аудиторія журналу «Український тиждень» — це освічені чоловіки та жінки віком 21-55 років, які умовно належать до так званого «середнього класу», мешканці переважно великих міст. Читачі журналу здебільшого зайняті в приватному бізнесі, це також держслужбовці високого та середнього рангу, студенти та викладачі університетів.

Українськомовний журнал «Український тиждень» вирізняється чітко визначеною авторською позицією і відповідним стилем написання матеріалів. Стиль інформаційно-аналітичного тижневика — публіцистичний, проте можна віднайти лексику й інших стилів (художнього, розмовного), яка використовується для досягнення різноманітних ефектів [39, с. 156].

Рубрики журналу «Український тиждень»:

- «На часі»;
- «Політика»;
- «Суспільство»;
- «Економіка»;
- «Світ»;
- «Тема номеру»;
- «Навігатор».

Українські дослідники мас-медіа по-різному ставляться до цього журналу: «Стильове розкріпачення, звільнення від навмисної одноманітності призвело до своєрідної мовної революції на шпальтах наших періодичних видань. Широким потоком до газет і журналів ринула раніше пасивна лексика, що практично не допускалася в літературну мову: просторіччя, жаргонізми. Літературна мова виявилася під ударом мови майданів і вулиць, розмовної стихії», — зазначає журналістикознавець І. Михайлин [38, с. 152].

Прихильніше це явище характеризує мовознавець О. Пономарів: «Характерна риса публіцистичного стилю — орієнтація на усне мовлення, елементи якого не лише виступають у ролі експресем, а й стають одним із

прийомів зацікавлення читача, слухача, глядача... Цьому стилеві притаманні чіткі політичні оцінки, присутність автора, широкий вияв авторської індивідуальності» [51, с. 13]

«Країна» — двомовний (україномовний та російськомовний) тижневий журнал загального зацікавлення. Заснований 2009 року підприємством ТОВ «Видавничий дім Нова інформація», до складу якого входять «Газета по-українськи» та інтернет-видання «Gazeta.ua». Перший номер журналу вийшов 27 листопада 2009 року. Тираж 21 800 екземплярів. Головний редактор — Володимир Рубан.

Цей часопис — україномовний тижневик «про Україну та світ, про людей, культуру, політику, гроші, моду, спорт. Лише цікаві новини та фотографії» [15, с. 78].

Структура журналу є такою: виокремлюють три головні розділи журналу — «Події», «Оцінки», «Люди та речі» — містять такі рубрики, включно з нерегулярними. Кожен із цих розділів складається з рубрик:

- Події — «Тема», «Україна», «Дати», «Світ», «Спорт», «Культура», «Картина», «Література», «Тема»;
- Оцінки — «Інтерв'ю», «Відгуки», «Проблема», «Щоденник», «Погляд», «Рейтинг», «Репліка», «Колонка», «Розмова про все»;
- Люди та речі — «Тусівка», «Портрет», «Досвід», «Поради», «Гардероб», «Востаннє», «Підслухані розмови», «Історія», «Документ».

Видання «Країна» теж висвітлює суспільну сферу життя України у різних жанрах. Тому можна стверджувати, що у цьому контексті є доволі сильним конкурентом аналізованим газетам «День» та «Експрес».

«Корреспондент» — суспільно-політичний, інформаційний щотижневик уперше вийшов друком 18 березня 2002 р. Часопис виходить друком російською мовою, обсяг приблизно 50-55 сторінок. Тираж одного номера складає 50 тисяч екземплярів. Видання популярне серед українців і займає гідні щаблі рейтингів продажу [19, с. 64]. Перший (нульовий) номер журналу

«Кореспондент», що так і не побачив світ, був датований 25 лютим 2002 року і був присвячений Олімпіаді 2002 у Солт-Лейк-Сіті.

Головний редактор таким чином написав про заснування видання та свою участь у ньому: «Когда весной 2003-го основатель компании КР Media американец Джед Санден попросил меня возглавить журнал Корреспондент, я по-русски даже быстро печатать не умел. До этого я несколько лет писал для одного из изданий британского The Economist Group и шесть лет работал в англоязычной газете Kyiv Post – ассистентом редакции, журналистом и редактором. Все тексты и там и там, конечно, писались на английском. Заручившись гарантией того, что я, если что, смогу вернуться на предыдущее место, я решил рискнуть» [56].

Отже, видання пройшов чималий етап розвитку, за цей час журналісти вдосконалювали матеріали, вироблялася концепція видання тощо.

Журнал має такі розділи:

- «Сім днів» (*Семь Дней*)
- «Країна» (*Страна*)
- «Бізнес» (*Бизнес*),
- «Життя» (*Жизнь*), ред. Дмитро Громов;
- «Світ» (*Мир*)
- «Культура» (*Культура*),
- «Архів» (*Архив*)

А також постійні авторські колонки «Погляд» (*Мнение*) та спеціальний розділ «Ідеї» (*Идеи*), заснований на книжках екстраординарних людей, що змінили світ. Оглядачі журналу: Ірина Соломко.

Видання дотримується принципів неупередженого і збалансованого подання інформації та спирається на західні стандарти незалежної журналістики, що також доволі часто можна відстежити у газеті «День» та «Експрес».

Крім цього, на шпальтах «Корреспондента» можна натрапити на статтю, інтерв'ю, репортаж тощо.

Редколегія проти будь-якого втручання держави в економіку, будь-яких перешкод на шляху капіталу і вже тим більше корупції і диктатури. «Ми представляємо громадськість в діалозі з владою, а не навпаки», – акцентують увагу видавці [40].

Коротко зазначимо і особливості редакційного складу журналу. Як йшлося на сайті ЗМІ, в листопаді власник групи компаній ССПЕК (ВЕТЭК) Сергій Курченко завершив купівлю 99,9% акцій UMN Group, якій належить журнал Кореспондент та веб-сайт «Кореспондент.net» зокрема. Засновник, і колишній президент UMN group Борис Ложкін оголосив про дострокове закриття угоди 5 листопада 2013 року. Головний редактор Віталій Сич який понад 10 років очолював журнал Кореспондент, пішов у відставку 18 листопада 2013 року. Зі своїх посад в UMN Group пішли також Борис Ложкін та його дружина, керівник ділових медіа в UMN Надія Шаломова, директор з маркетингу Олена Мартинова, перший віце-президент UMN Group Григорій Шверк та інші [56].

Як бачимо, навколо журналу об'єднані доволі сильні та вмотивовані особи. Відтак, завдяки якісному наповненню цей журнал з легкістю може конкурувати з «Днем» та «Експресом». Суттєвою відмінністю є те, що аналізовані нами газеті виходять українською мовою, а це видання – російськомовне.

«Фокус» – щотижневий український російськомовний соціально-політичний журнал і щоденний новинний інтернет-ресурс. Видається з 30 вересня 2006 року. Наклад журналу – 32 000 примірників.

Як бачимо, цей журнал заснований майже належить до відносно молодих видань, які тільки нещодавно здобули прихильність читачів.

Видання надає читачеві актуальну аналітичну інформацію про події в країні в діловому форматі. Першим головним редактором видання був Вахтанг Кіпіані. З 2012 року редакцію журналу очолює головний редактор Яна Мойсеєнкова. Наприкінці 2013 року завдяки істотним кадровим змінам штат видання зазнав радикальних змін [63].

Знаковими для видання є спецпроекти та рейтинги: «200 найбагатших людей», «100 впливових жінок», «200 впливових українців», «Школи», «Найкращі міста для життя в Україні», «Сучасне мистецтво», «Вузи». Варто звернути увагу, що рейтинги цього журналу користуються попитом та вважаються достовірними сучасними українцями. Також з допомогою таких рейтингів та презентацій видавці мають змогу додатково прорекламувати у позитивному контексті своє видання [63].

Варто також додати, що редакційна колегія прийняла рішення випускати спеціальні додатки, де міститься аналітика українського ринку нерухомості, інформація про авто та IT-технологій. Крім цього, 4 рази на рік у світ виходять випуски «Фокус. Красивая страна», матеріали яких присвячені виключно подорожам та популярним туристичним маршрутам країни. Відтак, можна говорити і про різноманітну тематику в його межах.

«Дзеркало тижня» на видавничому ринку розпочало свій шлях як газета, що була заснована у Києві в 1994 року. По своїй суті російськомовне видання під назвою «Зеркало недели», але з 2002 року виходить як російською так і українською мовами. Починаючи з 2001 року провідні статті також публікуються англійською на веб-сайті видання, де всі три версії та повні архіви є доступними безкоштовно.

Назвемо редакційних працівників, що беруть участь у підготовці видання: головний редактор – Мостовий Володимир Павлович, 1-й заступник головного редактора – Мостова Юлія Володимирівна; заввідділом політики – Рахманін Сергій Іванович; заввідділом права – Примаченко Олександра Михайлівна; завідувач відділу культури – Кононенко Олексій Анатолійович; заввідділом економічної безпеки – Єрьоменко Алла Іванівна; заввідділом науки, освіти і екології – Суржик Лідія Михайлівна; власний кореспондент у Польщі та Словаччині – Логінов Якуб Станіславович;

Газети «День» і «Дзеркало тижня» мають спільні тенденції в обсязі, території поширення, охопленні потенційної аудиторії. Зміст друкованих мас-медіа підпорядкований рубрикаційному комплексу видань. Проблематика

тижневика «Дзеркало тижня» висвітлюється в основних рубриках: «Влада», «Гроші», «Людина», «Культура», «Соціум», «Внутрішня політика», «Право».

І «Дзеркало тижня», і аналізовані нами газети орієнтовані на однакову цільову аудиторію – українську інтелігенцію, тобто читачів, небайдужих до історії, політики, економіки, суспільного й соціального устрою своєї Батьківщини, її минулого, сьогодення і майбутнього; політиків, свідомих громадян, здатних осмислити глибину аналітичних публікацій.

Смислові контексти й змістовні аспекти актуальної проблематики представлені в аналітичних матеріалах українських видань значно ширше. Автором окреслена лише схема, яка демонструє основні тенденції у висвітленні соціальних тем, зумовлені напрямами соціальної політики держави, а також соціальними стереотипами, стійкими уявленнями аудиторії про напруженість в окремих напрямках культурної, суспільної тощо проблематики [37, с. 132].

Найбільш відповідним, впливовим інструментом дії на читацьку аудиторію, своєрідним інструментом для реалізації функцій критики і контролю є аналітичні матеріали. Автори публікацій використовують такі вагомні аргументи аналітики: інтерпретація подій через інші факти, залучення думки експертів, донесення ключової ідеї, детальний її опис, чітка аргументація висловлювання, наведення доказів, ясність і простота стилю, доречні вставки.

Таким чином, серед суспільно-політичних видань на українському медійному ринку конкурентами газети «День» та «Експрес» є журнали «Український тиждень», «Фокус» Кореспондент», «Країна»; серед газет насамперед «Дзеркало тижня». Кожне з цих видань по-особливому висвітлює повсякденне життя країни у тих чи інших жанрах, торкаючись репортажу.

Висновки до розділу. Суспільно-політична всеукраїнська газета «День» – заснована 1996 року. Шпальти ЗМІ наповнені різноманітною інформацією, починаючи від повсякденних новин про політику та економіку і завершуючи

мистецьким та екологічним розвитком нашої країни, також перші сторінки газети висвітлюють міжнародну політику.

Це видання орієнтовано переважно на українську інтелігенцію, тобто реципієнтів, які не можуть бути байдужими до власної історії, політики, економіки, культури тощо. Тому серед жанрового наповнення також журналісти намагаються задовольнити потреби освіченого читача.

Крім цього, редакційна колегія газети «День» на чолі з головним редактором Ларисою Івшиною приділяє чималу увагу ілюстративному зображенню. Саме вони організовують щорічні виставки фото робіт як професіоналів, так і аматорів.

Газета «Експрес» належить до наймасовіших українських газет. Засноване видання 1992 року, головний редактор – Уляна Вітюк. Центральний офіс розміщений не у Києві, а у Львові, що є нетиповим для українського медіаринку.

Журналісти цього видання люблять проводити сенсаційні розслідування, намагаються знайти відповіді на складні запитання сьогочасності. Саме завдяки цього у видання неоднозначна репутація серед журналістико знавців.

На українському медійному ринку функціонує й низка інших впливових суспільно-політичних всеукраїнських видань. На наш погляд, конкурентами газет «День» та «Експрес» є журнали «Український тиждень», «Фокус» Кореспондент», «Країна»; серед газет насамперед «Дзеркало тижня» та «Газета по-українськи».

РОЗДІЛ 3. АНАЛІЗ РЕПОРТАЖІВ У ВСЕУКРАЇНСЬКИХ ГАЗЕТАХ «ДЕНЬ» ТА «ЕКСПРЕС»

3.1. Манера авторського написання, композиційні та стилістичні особливості репортажів видання «День»

Репортажний характер, відповідний стиль викладу матеріалу в газеті «День» не демонструє те, що читачеві запропоновано репортаж у тому сенсі, у якому його розуміли журналістикознавці й практики-журналісти ще кілька десятиліть років тому.

У цьому контексті більш актуальною є наступна дефініція жанру – репортаж це «такий літературний виклад, у якому мальовничо, у найбільш яскравих деталях і водночас стисло, документально точно відображається конкретна дійсність, правдиві факти і люди безпосередньо з місця події. До важливої характеристики ознаки репортажу слід віднести створення ним зорової уваги читача про обстановку й умови даної події чи явища ... властивість даного жанру зумовлюється тим, що репортаж зображує події і явища у деталях ... він не розповідає про них, а показує дійсність динамічно, живою картиною» [53].

Для аналізу обрано випуски газети за 9 місяців 2018 року. Було зауважено, що репортажі трапляються не у кожному газетному номері.

Доволі часто можна зауважити репортаж на *культурну* тематику.

З популяризаторською метою опубліковано розлогий матеріал Людмили Тарасенко про дві резонансні прем'єри від «Київ модерн-балету» (№84, с. 8). Постановки здійснили на сцені Національного театру ім. І. Франка. Керівник «Київ модерн-балету» Радун Поклітару поставив «Вгору по річці», а його учениця, прима трупи і хореограф Ганна Герус – Variationsof life («Варіації життя»). Автор зверну увагу на особливості постановки, по-своєму розповідала про обрані теми, поєднуючи бачення акторів із власним ставленням до життя, творчості тощо.

З цією ж метою вміщено публікацію про джаз, зокрема про те, що має відбутися «МЗС OPEN AIR» – вечір «Музика вільних людей». Принагідно звернули увагу, що захід організований спільно з Koktebel Jazz Festival (це форум після анексії Криму згорнув свою діяльність на півострові і переніс локацію до Чорноморську Одеської обл.). У матеріалі вміщений коментар організаторів про особливості акції: *«Ми дуже сподіваємось, що нам вдасться зберегти ту атмосферу свободи й щастя, яка панувала на джазових фестивалях у Коктебелі. Саме цю атмосферу, 14 червня будуть створювати під час оупен ейру три музичні колективи, які у різні часи були учасниками фестивалю»* (№97-98, с. 32).

У межах репортажу можливе навіть поєднання культури та історії. Я приклад можемо навести репортаж «Краєвид в експериментальному вимірі», де йдеться про те, що у чернігівському Музеї сучасного мистецтва «Пласт-арт» триває виставка «ех. пленер Чернігів. Віддалений доступ». На цій виставці, як вказана у публікації, можна побачити твори інших митців із різних регіонів: Богдана Локатира, Маргарити Журунової, Наталії Лісової, Оксани Солоп, Ольги Федорової, Сергія Тонканова, Вікторії Телетьєн, Юрія Штайди, Юрія Вишнякова, Антона Саєнка (№142, с. 10).

Марія Прокоменко репортаж «Тут усе життя стає мистецтвом» (№46-47, с. 8-9) розпочала ще до того, як потрапила на місце події, пояснюючи ціль своєї поїздки: «Зимний початок весни – не кращий час для відпочинку в Пущі, але ми з фотографом все одно їдемо туди не за цим. Вже півроку на вулиці Квітки Цісик (колись – Пушкінська, Сталінградська, Гамарника) існує Creative House, дослівно – «Креативний будинок». Розповісти про побачене та детально усе пояснити читачам дизайнер Олександр Гайда. Вдавалися навіть до найменших деталей, якось розповідь про вбиральню: «На подвір'ї стоїть строката кабінка. Саша, сміючись, називає її першим арт-об'єктом Creative House. «Спочатку тут не було туалету, і я сказав власнику будинку, що заїду, тільки коли він з'явиться. Він побудував каркас, а ми з художниками його дружно розмалювали», – пояснює хлопець». Авторка переказала не тільки те,

що вона змогла побачити очима, а й те, що відчула з допомогою інших смакових рецепторів: *«Пахне шоколадом – Саша готує в мультиварці десерт брауні»*. Допомагають продемонструвати сказане численні світлини із творчого будинку.

Окреме місце займають репортажі про неймовірні культурні рослини, плантації квітів тощо. Так, у матеріалі *«110 сортів на шести гектарах»* (№131, с. 7) описано, як під Вінницею вирощують троянди. Авторка Олеся Шуткевич розмовляла із власником, довідалася про особливості цих сортів та промовисто описала побачену красу: *«На вінницькому трояндовому полі представлені і перші, і другі, і треті, причому у різних кольорах. Достатньо прийти, вдихнути аромат тієї чи іншої троянди, і все – ти у полоні. Найбільш стійкий, ніби парфуми, аромат у квітів сорту Віолет парфум»* (№131, с. 7). Журналіст переказала діалог із працівницями доволі коротко, проте не забуваючи про особисті емоції. Це також допомогло створити ефект присутності та краще відчувати атмосферу описаної території: *«Та туристів на територію підприємства не пускають. Помічаючи моє розчарування (...), дівчата, які працюють на полі, радять створювати трояндовий рай у себе вдома: «саджанці добротні — усі приймаються». Кажу, що живу в квартирі. Але це також не біда, бо для таких, як я, вирощують спеціальні мініатюрні сорти, — як вазони»* (№131, с. 7).

Окремо на шпальтах видання вимальовується місце *репортажів про флору та фауну* України. Узагалі нам вдалося зауважити, що природне середовище неабияк привертає увагу журналістів цієї газети. Оскільки мета репортерів не просто описати красу та неординарність рослинного чи тваринного світу, але й сприяти захисту навколишнього середовища, то репортажі мають споріднені риси з коментарями, проблемними статтями тощо.

Відтак, у публікації *«Жовті глечики – русальні квіти»* йдеться про те, що ці квіти незанесені до Червоної книги, але доволі швидко зникають з українських просторів. Журналіст лише опосередковано дала зрозуміти, де перебувала і з якої місцини вміщено повноформатні фото: *«Все моє літнє*

дитинство пройшло на Случі, де жовтих глечиків було так багато, що ми цілими днями робили з них вінки і браслети, уявляючи себе водяними царівнами». Крім опису рослин, було розписано їх місце у міфології, народній культурі, лікарській справі та взято коментар у фахівця – начальника відділу наукової, еколого-освітньої роботи та рекреації Національного природного парку «Дермансько-Острозький» Оксана Головка.

Тематику *екології* зачіпляє репортаж «Спадкоємці Крістера» (№65-66, с. 8-9) Марії Прокопенко, де сказано, як жителі історичної місцевості на околиці Києва борються за парк із віковими дубами. Авторка підготувала читача до причитання ще до того часу, поки вона потрапила до парку: *«До місцевості Пріорка ми довго ідемо маршруткою, до метро тут далеко».* Інтервйована допомагає журналістці зобразити не тільки теперішній стан речей, а й змальовує вулиці тисячолітньої давності: *«Ця вулиця була тут здавна, ще за Київської Русі. Цією дорогою київські князі їздили до своєї резиденції у Вишгороді, – починає розмову Тетяна. – Вулиця тягнеться аж до залізничного моста, це мікрорайон Куренівка».* Сама ж журналістка також доволі непогано володіє мистецтвом слова, що допомагає їй описувати побачене, варто наголосити, що у такий спосіб створюється враження перебування не тільки автора на місці події, а й читача: *«Ми підходимо до руїн будинку Крістерів. Різьблені прикраси гарні донині, хоча тепер не прикрашають фасад, а стирчать із купи зогнаних дощок – того, що колись було двоповерховим зеленим будиночком»* (№65-66, с. 8-9). Репортаж доповнено великою кількістю світлин із зображенням раритетів парку.

Подорожні репортажі – доволі неординарна складова жанрової палітри газети «День». Яскравим прикладом може бути публікація «Оптика Одеси» (№147-148, с. 8-9) Дмитра Десятирика. В основі цієї публікації лягли неординарні світлини та враження під час подорожі журналіста до морського міста. У ліді автор вдався до короткого історичного екскурсу: *«Історія моїх стосунків з Одесою схожа на рвану лінію з аритмічними піками й западинами. В мандрівні 1990-ті, та й навіть у ранні нульові, як і більшість моїх друзів, я був*

нею зачарований», після чого до безпосередніх описів побаченого та відчутого. Варто наголосити, що авторський стиль привертає увагу та спонукає до прочитання публікації до останнього слова, наприклад: *«Одеські двори створені для фотографування, не я перший і не я останній про це кажу. Це готова картина: темна рамка арки, і за нею – інакший світ, чиста «Аліса в Країні див», але потрапити туди неможливо, навіть зменшившись до розмірів усепроникливих горобців, бо якщо зрештою перетнеш територію тіні, то все зникне в тебе перед носом, а так, на відстані підворітні, ось воно: пістрява білизна на мотузках у різних азимутах, розсохлі від віку, але повні життя балкони, сходи на другий поверх, інколи буйні, інколи стрижені клумби й кущі, дітлашня в розпалі своїх ритуалів, замріяна панна з цигаркою на тлі бордових дверей»* (№147-148, с. 8-9). Прочитавши вказаний уривок, перед очима справді постають образи типової Одеси, тобто журналіст напрочуд владо використав так званий «ефект присутності» у репортажному жанрі.

Дещо нагадують репортажі і традиційні публікації газети «День» у рубриці «Маршрут–№1», хоча і мають низку ознак, притаманних іншим жанрам.

Проблемні репортажі нечасто презентовані на шпальтах видання. Прикладом можемо назвати поєднання репортажного стилю викладу події та низки коментарів у публікації «Чому Київ пливе?» (№147, с. 7). Журналіст наголосила на особливостях наслідків негоди, в результаті якої кілька вулиць столиці залило водою: *«Якщо минулого тижня «поплив» Хрещатик, то вихідними постраждали інші центральні вулиці, зокрема Еспланада та Антоновича. Вода також залила підземний паркінг торговельно-розважального центру «Гулівер». Поруч опинилися під водою з десятків автомобілів»* (№147, с. 7). Крім опису побаченого на вулицях, автора поцікавила причинами такого стану у комунальників та мера Віталія Кличка. Доповнюють текстовий матеріал фото із наслідками негоди та світлини, на яких комунальники прибирають зламані дерева під час зливи.

Ще однією проблемною публікацією є «Було непросто, стало неможливо» (№3-4, с. 8), підготовлений на основі акції протесту, де учасники АТО вимагали від уряду відновити їхнє право на отримання землі. Журналіст Інна Лиховид не вдалася до деталізації побачено під стінами адмінбудівлі, натомість: *«Десятки військових, які брали участь в антитерористичній операції на Донбасі, цього тижня протестували під стінами Кабінету міністрів»*, натомість у багатьох абзацах зупинялася на аналізі проблеми, що надає цьому репортажу ознак аналітики та спорідненості з іншими жанрами.

Доволі часто текстова складова поєднується з фотоілюстраціями. До прикладу, репортаж Рєвунової І. «Хресну ходу у Львові зняли з висоти пташиного польоту» (№64, с. 8) містить відео та велику кількість фотоілюстрацій. Так, журналіст зазначила початок хресної ходи: «Розпочалася хода о 15:00 біля храму святого Архистратига Михаїла на вул. Винниченка, 22 зі спільної молитви. Тривала хресна хода близько чотирьох годин» ; зазначила маршрут, який ішли лвовів'яни: *«Десятки тисяч вірян пройшли центром міста за маршрутом: вул. Винниченка, – вул. Підвальна – пл. Митна – пл. Соборна – пл. Галицька – пл. Міцкевича – просп. Свободи (проти руху) – вул. Академіка Гнатюка – пл. Генерала Григоренка – вул. Листопадового Чину – пл. Святого Юра»*; згадала про очільника ходи: *«Очолив хресну ходу владика Ігор (Возьняк), архієпископ і митрополит львівський УГКЦ»*. Напрочуд коротко журналіст описала власне ходу, зазначивши лише, що на своєму шляху учасники ходи мали зупинки, які відповідають станціям Хресної дороги.

Тема інновації – традиційна для журналістів цього видання, що своєю чергою не могло не позначитися на репортажах. Вдалим прикладом може бути «Це — територія майбутнього» (№28-29, с. 8-9)Марії Прокопенко про те, як створюється перший в Україні інноваційний парк. Журналіст наголосила на простоті парку з першого погляду: *«Коли ми заходимо у UNIT Factory, бачимо кілька десятків людей за ноутбуками. Жартома це називають «маковим полем», від «Мас», назви комп'ютерів Apple. Школа працює в режимі 24/7, бо її засновники вважають, що кожен може бути ефективним у різний час – хоч*

зранку, хоч вночі». Після цього вдалася до пояснень, чому відвідувачі бачать саме таку картину, підготувавши читача до прийняття інформації.

Оксана Миколук у випуску №13-14 підготувала публікацію «Блиск «очей» самоцвітів» про те, чим вражає колекція мінералів і корисних копалин, зібрана науковцями геологорозвідувального інституту. Поєднуючи історичні факти про особливості розвитку колекції, журналістка активно допомагає читачам уявити, що можна побачити, переступивши поріг інституту, де вона зберігається: *«Три вітрини займають неметалічні корисні копалини – сировина, важлива не тільки для вітчизняної економіки, а й для експорту. Це графіт, каолін, вогнетривкі та бентонітові глини, солі, кварцити – загалом 76 зразків»* (№13-14, с. 8-9). Коментар про побачене дав заступник директора УкрДГРІ, доктор геологічних наук Михайло Красножон, зокрема він наголосив на історичних моментах: *«Виставку створили на базі двох виставкових композицій. Перша розпочинає свою історію 1 листопада 1983 року, коли в приміщенні Міністерства геології УРСР, що на Володимирській, 34, відкрили постійно діючу експозицію «Науково-технічний прогрес в організаціях Мінгео УРСР».*

Як бачимо, автори найчастіше використовують неординарні заголовки, акцентуючи увагу на творчому началі, а не називаючи об'єкти зображення прямо, наведемо кілька заголовків: *«Спадкоємці Крістера»* (№65-66), *«Це територія майбутнього»* (№28-29), *«Було непросто, стало – неможливо»* (№3-4) тощо.

Щодо композиції, то для кожного твору характерна різна манера конструювання подій. Так, час від часу журналісти починають свою розповідь ще по дорозі до місця призначення. Подекуди автори наголошують спочатку на історичних моментах, а тоді розповідають про власні перші враження від перебування у тому чи іншому місці.

3.2. Композиційно-стилістичні характеристики репортажів «Експресу», відповідність жанру

Попри те, що репортаж – це оперативний жанр, у якому динамічно, документально точно, мальовничо й емоційно відтворюється конкретна дійсність, правдиві факти через безпосереднє сприйняття автора – очевидця чи учасника події, у журналістів видання «Експрес» дещо інший погляд на цей жанр, ніж у авторів «Дня».

Репортаж дає можливість читачеві відчувати себе на місці події, нібито власними очима побачити предмет зображення, відчувати атмосферу дійства, збагнути її вагомість та специфіку. Для аналізу обрано випуски видання за 10 місяців 2018 року.

Вдалося зауважити, що часто журналісти пишуть репортажі на доволі побутові теми. До прикладу, у випуску №34 підготовлено матеріал про те, як в одному із сіл першим транспортом є велосипед – «Нумо крутити педалі!». Журналіст почала свою розповідь із в'їзду до цього села, щоправда не надто у репортажному стилі: *«Щойно в'їжджаю у Велику Кісницю, помічаю літню жінку на велосипеді. За нею – ще одна. Біля магазину – п'ять двоколісних припарковано»* (№34, с. 10). Було наголошено, чому місцеві полюбляють такий транспорт, адже село простяглося на 11 кілометрів пішки по ньому пересуватися доволі довго. Авторка публікації порозмовляла із кількома людьми, з'ясувавши, коли вони придбали велосипед, на скільки популярний такий вид транспорту тощо.

Натомість, на наш погляд, не вистачає подробиць побачено, щоб у голові читача змогла скластися повноцінна картина. Як слушно зауважує О. Бикова [3], часто у репортажі присутні короткі портретні зображення людини – риси обличчя, одяг, рухи, міміка, манери. «Ці зовнішні характеристики свідчать про внутрішній стан персонажа, про його смаки, соціальний стан. Так, внутрішні психічні стани персонажа відображаються у міміці, рухах, його уподобання, соціальний стан – в одязі» [3, с. 152]. Крім цього, науковця наголошує, що портрет у репортажі стає особливо яскравим за умови використання

образотворчої деталі, яка одночасно надає індивідуальності та конкретності саме цьому зовнішньому образу персонажа. Через образотворчу деталь прослідковується позиція автора, його ставлення до дійсності. Натомість авторка «Нумо крутити педалі», крім віку, не акцентувала увагу на інших деталях, щоб допомогли уявити побачене, уявити конкретних людей та їх звички.

Репортаж «Пустіть мене до Джоконди!» (№23, с. 14) також доволі нетиповий для репортажів попри те, що помічений саме рубрикою «Репортаж». Справа в тому, що 70% тексту авторка подала ще до того, як увійшла до Лувру у Франції. Авторка зацентувала увагу на кількості туристів, які щороку прибувають до музею і пояснила, із чим пов'язана така цифра: *«8,1 мільйона – саме стільки відвідувачів побували тут у 2017 році. Якщо вирахувати вихідні, виходить майже по 26 тисяч щодня! Навіть величезні китайські та американські музеї таким похвалитися не можуть. Ще б пак, у котрому з них є найвідоміша картина планети – "Мона Ліза" да Вінчі?»*. Крім цього, журналіст акцентує увагу на специфіці поведінки туристів, наголошуючи, що чимало відвідувачів негайно біжать *«на побачення до неї, ігноруючи всі інші 35 тисяч представлених у залах артефактів, – які там єгипетські мумії, чи античні статуї, чи навіть Венера Мілоська і меблі Наполеона Бонапарта?!»*. Авторка згадала про події, пов'язані із пошкодженням картини.

Приставаючи до опису побачено, її слова, на наш погляд, були більш подібні до думок охоронця, ніж журналіста. Юлія Постоюк акцентувала увагу, на тому, хто охороняв картину, на тому яка кількість відеокамер фіксує кожен рух відвідувачів. При вході журналіст також акцентувала увагу на моментах безпеки: *«Усіх, хто хоче потрапити всередину, перевіряють ретельніше, ніж в аеропорту, – аби ніхто не проніс зброю чи вибухівку»* (№23, с. 14). Після цього тривалий час описувала, як її не хотіли впустити безкоштовно по журналістському посвідченню: *«Мій візит до Лувру почався із непорозуміння. У прес-службі, а потім у касі мене запевнили, що із журналістським посвідченням вхід вільний. Однак контролерка на вході затялася: такий*

документ не підходить, і годі було їй щось довести». Єдиний описаний діалог також стосувався непорозуміння із входом: *«Мадам узялася вичитувати контролерці за несприяння пресі. "Не забувайте: ви тут представляєте не саму себе. Ви представляєте всю Францію! Адже ця колекція – надбання нації", – наголошувала вона»*. Щодо безпосереднього опису побаченого, то від першого імені сказано тільки кілька абзаців і то – про закриття музею: *«Коридорами та залами шеренгами крокували "люди в чорному". Наче загоничі в лісі на полюванні! Виявляється, так музейні працівники спонукають відвідувачів виходити наприкінці робочого дня»*. На наш погляд, журналістові треба було більше акцентувати увагу на побачено всередині, порозмовляти із людьми, що там трапилися. Наголосити на неординарних враженнях та відчуттях, що спіткали під час перебування у музеї. Натомість репортаж про визначне місце вийшов напрочуд буденний та із акцентами на сварках та непорозуміннях. Фото, що вміщене у публікації, не передає побаченого – на ньому зображено жінку на велосипеді, що їде площею музею.

Дещо краще підготовлено репортаж із монастиря під назвою *«Життя в монастирі. Світ відвернеться, а Бог допоможе»* (№32, с. 10). У ліді журналіст Інна Кучер вказала місце свого перебування та безпосередню мету: *«У Святоуспенській Унівській лаврі я провела декілька днів, прагнучи зрозуміти, що спонукає людей усамітнитися в чернечій обителі»* (№32, с. 10). Тут наявний дещо детальніший опис побаченого, характеристики осіб, що траплялися по дорозі тощо: *«Разом зі мною на зупинці в Уневі виходить жінка з дівчинкою років п'ятнадцяти. "Помаленьку, доню, не поспішай, — примовляє, ведучи бліду дитину під руку»; «Нам назустріч простують люди із пляшками води. Набирають її з чудотворного джерела під стінами лаври»* (№32, с. 10).

Варто наголосити, що журналістка доволі стисло розповідає про перехожих, проте навіть цього достатньо, аби відчуті різноокість відвідачів монастиря: *«На терасі сидить молодик із ноутбуком. 25-річний Юрій — аспірант юридичного факультету. "Приїхав сюди писати дисертацію»*(№32, с. 10).

Описів кімнат, будинків тощо майже немає, більше зосереджено увагу саме на людському факторі. Якщо вдається зауважувати поодинокі вказівки на конкретне місце перебування авторки, то доволі стисло й невиразно: *«Заходимо до тісної кімнатки. У ній є тільки невелике ліжко, стіл і стілець. На три такі кімнати – один санвузол»*. Відразу авторка «переключає» увагу читачів на коментарі *««Тут можуть зупинятися черниці або гості наших братів, якщо є крайня потреба, – розтлумачує мені деталі чернечого побуту брат Михайло»*, натомість хотілося б прочитати саме погляд людини, що вперше у монастирі.

Темі закордонних особливостей певних місць присвячена публікація «Як Оскар шукав роботу. Репортаж з елітного порту Пальма-де-Майорки» (№16, с. 8). Автор акцентує увагу на дорого вартості побаченого: *«Білосніжні вітрила, начищені до блиску борти й палуби тисяч прогулянкових суден – від розкоші тут сліпить очі. Кожна друга яхта, пришвартована у порту Пальма-де-Майорки, коштує від мільйона до 200 мільйонів євро, а її утримання обходиться в середньому 350 євро на добу»*. Білий колір, блиск, велика кількість суден підкреслює дорожизну вказаного місця. Проте надалі авторка більше розповідала про те, як її знайомий тут працевлаштовувався, що йому спочатку доводилося робити та скільки отримував. Репортажність у цій розповіді зауважити майже не вдалося. Радше, публікація нагадує опис життєвої історії Оскара.

Туристичні надбання України, на жаль, не часто стають об'єктом дослідження авторів газети «День». А підготовлені публікації займають, як правило, не більше однієї або навіть половини газетної шпальти. Прикладом може бути публікація «Наші морські ворота» (№14, с. 13), де йдеться про особливості Керсеньської затоки та кораблів, що тут можна побачити.

Час від часу на шпальтах видання можна зауважити публікації про війну на Донбасі. Вдалим прикладом може бути публікація про життя під самісіньким «кордоном» з «ДНР» «Війна. Коли межа близько» (№28, с. 10). Юлії Голодриги. Авторка описала побачене доволі стисло, акцентуючи на особливостях роботи або життя людей: *«КПВВ "Гнутове" нагадує*

міжнародний пункт пропуску – шлагбаум, спеціальні модулі. Працює з 6.00 до 20.00, за цей час тут можуть пропустити приблизно 5 тисяч осіб і тисячу автівок». Журналістка дозволяє читачеві «побачити» місце, де вона перебувала, проте не описує детально побачене: «Оглядаю місця, куди в травні поцілили керовані протитанкові ракети. Одна впала неподалік від автомобіля на КПВВ, а через 40 хвилин прилетіла друга. Тоді тут було багато людей, дивом ніхто не постраждав». Бачимо, що вказано тільки на місце, де перебувала Юлія Голодрига, без жодних інших деталей.

Матеріал розпочинається з ліричного вступу, а далі послідовно, документально точно знайомить із головними фрагментами життя привоєсної території частини.

У такому ж дусі описані авторкою й розповіді людей, що трапилися на шляху у журналістки: *«Чоловік показує рукою вдалину: "Он, дивіться, там водосховище – одна половина в "ДНР", а інша – в Україні. Все життя ми там з рідними відпочивали, а тепер – заміновано. Скільки людей на тих мінах уже підірвалося...»*. Можемо зауважити, що журналістка також подає тільки згадку про місце, не деталізує розмірів чи конкретного розташування водосховища.

Ще одна публікація на цю тему «Українські супербійці: ексклюзивний репортаж із найелітнішого підрозділу ЗСУ» (№9, с. 12). Авторка наголосила, що полігон навчального центру Сил спеціальних операцій – один з найсучасніших в Україні, акцентуючи увагу на його особливостях: *«Тут є польові тири із рухомими цілями для стрільби з різних видів зброї»*. Час від часу журналіст акцентувала увагу на тому, що почала довкола: *«На щоглі піднімається червоний прапорець. Це означає, що зараз проводитимуться стрільби»*. Чималий обсяг тексту займають коментарі уповноважених осіб, наприклад Олексія Никифорова, прес-офіцера Командування Сил спеціальних операцій: *«За три тижні селекції в середньому 60 - 70% кандидатів відсіюється. За час існування ССО це вже шоста селекція. Під час першої відсіялися аж 90% претендентів»*. Тож у матеріалах привертається увага до життєвих проблем відбору військових, що свідчить про необмежені потенційні

можливості цього жанру, який активно вбирає в себе елементи публіцистичного осмислення дійсності.

Спецрепортаж «Неймовірна історія Дієго з Буенос-Айреса» (№38, с. 10-11) поєднує у собі низку жанрів, проте можна відшукати і читало спільного із традиційними елементами репортажів. Так, у репортажному стилі написано ту частину, коли редакція у пошуках родини Дієго відправилася у невеличке село. До слова, інша частина – нагодує нарис або життєву історію. Щодо аналізованого нами жанру, то журналіст вдало описала будівлю діда Дієго: *«Підходимо до хатинки ближче. Крихітні віконечка, злегка обдерта фарба і єдина лампочка під стріхою. Видно, тут давно ніхто не живе. Трохи зліва зігнувся старенький колодязь...»*, його поховання на місцевому невеликому цвинтарі: *«на кладовищі знаходимо два надгробні пам'ятники. Тут похована Марія Бакун (Чвель) зі своїм чоловіком Іваном. Жінка померла шість років тому»* (№38, с. 10-11).

Темі іноземців присвячено і репортаж «Біжи, Марку, біжи» (№22, с. 16) – про чоловіка, який збирає кошти для онкохворих, долаючи тисячі кілометрів. Сабіна Ружицька, що рідко можна зауважити у репортажах газети «Експрес», вмістила хоча б невеликий опис співрозмовника: *«Чоловік у спортивній куртці та шортах, ноги – перебинтовані...»*. Після знайомства із волонтером, авторка вдалася до деталізації, чому співрозмовник вирішив збирати кошти таким чином, скільки кілометрів долав, яка у нього фізична підготовка, зокрема наголосила: *«Чоловік зізнається, що спершу не знав як допомагати враженим смертельною недугою людям: перераховувати частину своєї зарплатні, ходити зі скринькою містом та збирав кошти, писати пости в інтернеті? У 1995 Марк зробив невеличкий пробіг»*. Наостанок авторка поцікавилася враженням волонтера про Україну, наголосивши, що вони – різні: *«Хоча він не в захваті від наших доріг, зате тут, каже волонтер, живуть мегадобрі люди»*.

Більшість репортажів підготовлені журналістами, проте поодиноким вдавалося зауважити і запозичені матеріали, як правило, зі сторінок українців у соціальних мережах. Яскравим прикладом буде репортаж «Рай для інтроверта:

український степ – в об'єктиві відомого мандрівника» (№14, с. 12), де йдеться про те, як письменник і мандрівник Артем Чапай показав, як виглядає степова Україна навесні. Чоловік кілька днів ходив Миколаївщиною з фотоапаратом, а результатами поділився у соцмережі, звідки світлини й запозичили видавці газети. До кожного фото подано підписи, час від часу – вміщено й коментар про місце або про особливості подорожі загалом: *«"Тут добре видно різницю між обробленим степом (передній план) і заповідним степом (дальній план - заповідник Єланецький степ)"*, - написав Артем Чапай».

Таким чином, було зауважено, що низка публікацій навіть попри вказівку на шпальтах видання, що це репортаж, часто не відповідає звичним канонам жанру. Так, часто-густо журналісти «Експресу» поєднують життєву історію, нарис із репортажем.

На жаль, заголовки публікацій не настільки неординарні, як у виданні «День». Подекуди узагалі вражають своєю простотою та відсутністю глибокого бачення теми, як ось матеріали «Нумо крутити педалі!» (№34), «Біжи, Марко, біжи!» (№22) тощо.

3.3. Роль фото у репортажах аналізованих ЗМІ

Якість фотоілюстративних матеріалів напряму впливає на популярність видання для аудиторії, адже саме якісні та змістовні світлини звертають увагу споживачів інформації до соціальних проблем. Маємо потребу узагальнити, що підходи до ілюстрування репортажів у газетах «День» та «Експрес».

Видання «День» має власних фотокореспондентів – найчастіше трапляються фото Миколи Тимченка, Руслана Канюки. Звичайно, журналісти використовуються і світлини з особистих архівів співрозмовників та архіву редакції.

Часто-густо трапляється, що журналісти самотійно фотографують ті чи інші явища дійсності, готуючи репортаж. Так, у репортажі «Оптика

Одеси»(№147-148,с. 8–9) Дмитра Десятирака автор самостійно готував ілюстрації, наголошуючи, що цього разу від опинився у місті із якісною камерою, що трохи урізноманітнює його перебування у порівнянні із попередніми разами. Репортаж розміщений на двох газетних шпальтах, авторську думку допомагають виразити 5 світлин (див. Додаток А). Їх площа значно перевищує текстовий матеріал. Мусимо зауважити, що фото доволі нетрадиційні та не мають майже нічого спільного із традиційними світлинами туристів у цьому місті (не зображено визначних будівель на кшталт Морського порту, Оперного театру тощо). На одній із фото – старенька бабуса, що йде із собакою, на іншій – типовий двір старих будинків, ще на одній – хлопець, що жонглює пляшкою газованої води і так далі. Але з допомогою таких неординарних знімків вдалося передати внутрішній дух сучасної Одеси, настрій та доброзичливість містян.

У зовсім іншому плані подано фото у репортажі «Рельєф Любліна» (110–111, с. 24–25). У ліді публікації вказано, у якому контексті написана публікація: *«Як журналісти «Дня» за три години спробували відкрити для себе нове місто»*. Тобто уже стає зрозумілим, що фото більш схожі до традиційних світлин, що роблять на основі екскурсій. Як наголосив автор Микола Тимченко, який, до слова, працює у виданні саме фотографом, «перше, що вразило в місті – це будівля Центру зустрічі культур... Сьогодні це надзвичайно цікава з погляду архітектури будівля, з оперним залом, залом філармонії...». Проте, на жаль, фото не підписані, а просто подані у колонку поряд із текстом, тому читачі, які не бувають у Польщі, буде доволі складно здогадатися, про яку ж з будівель йдеться.

Для порівняння у репортажі «Венеція та її міфи» (№91-92) світлини підписані. Так, перша із них «У музеї Ханенків знайомлять із мистецтвом 16-17 століть, народженим у легендарному місті», друга – «Маріус Віктор «Венеціанська ніч» і так далі. Тобто бачимо, що для під рисункових підписів обрано різні манери: як елементарна ідентифікація зображеного на світлині, так і ідейно продумана назва.

Інколи без світлин складно уявити та осмислити те, про що йдеться у публікації. До прикладу, у матеріалі «Кинути оком на всесвіт» (№75-76, с. 8-9), автором якого є Марія Прокопів, а фотографом Микола Тимченко, зображено хто та як проводять дослідження міжнародного рівня у Головній астрономічній обсерваторії НАН України. Публікація присвячена міжнародному дню астрономії.

Доповнюють сказане автором світлини і у публікації «110 сортів на шести гектарах» (№131, с. 12), де подано зображення трояндового поля під Вінницею у крупному та віддаленому ракурсах. Ще однією модною тенденцією для видання є зображати, як фотограф фотографує певний об'єкт, тобто на світлині ми бачимо не тільки квіти у крупному плані, а й людину із об'єктивом. У тексті сказано, які саме квіти можна побачити на плантації: *«Червоні, рожеві, білі, жовті і навіть бузкові, – справжній трояндовий рай розкинувся за селом Некрасовим у Вінницькій області»* (№131, с. 12).

На репортажах із неординарних виставок, які, до речі, дуже любляють журналісти газети «День», звісно, зображають експозиції, що представлені до уваги публіки. На світлинах репортажу «Солодкі 90-ті» (№137–138) читачі газети можуть побачити не тільки експозицію «Швидко в розчинність часу», а й захоплених людей, що переглядають ті чи інші картини, фотографують їх (див. Додаток Б). Загалом вміщено 7 фотографій різних ракурсів. Позитивним явищем, на наш погляд, є й те, що редакція не вміщує світлин із офіційного відкриття, де виступає низка уповноважених осіб.

Фотографії подекуди займають немалу частину площі публікацій репортажного характеру. Трапляється, що фото приділено майже половину чи й 75% від загальної площі публікації. До прикладу, майже половину фотоілюстрації займають у репортажі «Толерантна орнітологія» (№130-131, с. 19), де йдеться про те, як фотограф-документаліст Анатолій Сальник фіксує красу пернатих і допомагає їм вижити. Фото у вказаному вище прикладі є більш промовистим, ніж сам матеріал, адже розповідати про пернатих, що потребують захисту, можна тільки при тому, якщо демонстрація самих істот.

«Текст може посилати тему додатковими фактами, розповісти історію, висловити позицію, але фотографія має глибину й надзвичайно важливу суть, яку не передати словами»[59], – слушно зауважує Я. Табінський.

Такий високий відсоток ілюстративного матеріалу потенційно може відвернути увагу аудиторії від тексту та смислового навантаження публікації. Хоча з іншого боку для журналіста фотографія є, з одного боку, могутнім засобом документального відтворення реальної дійсності, а з іншого, – засобом образного вираження власного погляду на предмети та явища.

Ще одним вдалим прикладом може бути публікація «Час споглядання сакури» (№36, с. 12), де йдеться про те, як в Ужгороді відбувається зміна поколінь японської вишні. Текстовий матеріал складається тільки із 4 абзаців. Натомість 3 фото займають значно більшу кількість площі на газетній шпальті, ніж текст. На світлинах зображені сакури із далекого плану, зовсім близького та людей, які охоче спостерігають за деревами.

На наш погляд, найчастіше в матеріалах аналізованої газети можна побачити зображальні матеріали. Хоча можемо констатувати й таку традицію, що на фото передають особливості інших видів мистецтва, насамперед образотворчого, свого роду фотографічна репродукція. Так, до публікації «Портрети з душі» (Див. Додаток В) фотограф «Дня» Микола Тимченко підготував фото неординарних портретів. Щодо тексту, то художник прокоментувала тільки особливості їх створення у загальному: «Ці портрети дуже психологічні. Їхні герої, знайомі Анель, ніби продовжують бесіду з нею. Вона малює не зовнішність, а внутрішній світ. Сприймає людину дуже експресивно, це живий діалог. А глядач тут наче третя особа, яка раптом опинилась у кімнаті і ніби підслуховує розмову. Тому мені навіть трохи ніяково дивитися на ці портрети» (№163–164, с. 32). Натомість розміщені фото кількох окремих картин, про які б читачеві теж хотілося щось дізнатися.

Інколи редакційна колегія приймає рішення не розпорошувати увагу читачів на кількох невеликих фотоілюстраціях, а вмістити одну, проте велику за площею. Як приклад можемо навести авторський матеріал Дмитра

Десятирика «Краса марноти» (див. Додаток Г.), де йдеться про те, що у виставковій залі фонду «Ізоляція» триває безпрецедентна виставка «Марносластво дрібних відмінностей» (це проект одного з найвідоміших на сьогодні британських художників, лауреата премії Тернера 2003 року Грейсона Перрі) (№40, с. 32). Подано лише одне фото експозиції виставкового залу, що можна побачити у Додатку Б.

«День» має співвідношення кольорових до чорно-білих фотографій 70 на 30, що на сьогодні є задовільним, адже сучасна аудиторія хоч і вимагає повністю кольорових ілюстрацій, проте собівартість друку змушує редакцію дещо економити.

Отже, доволі часто різні за характером світлини підсилюють зображальний ряд репортажу, а змістовий каркас останнього збагачує словесний виклад із використанням образності та інших тональностей жанрового стилю.

Журналісти та видавці газети «Експрес» по-іншому підходять до ілюстративної складової репортажів. Неозброєним оком можна зауважити, що світлинам приділено значно менше уваги, ніж текстовому матеріалові. У деяких випадках це можна вважати недоліком, адже читач не може повноаспектно зрозуміти, про хоче сказати автор. Так, вважаємо неприпустимим у репортажі із Лаури у Франції Пустіть мене до Джоконди!» (№23, с. 14) подати тільки одне фото і зроблене із площі, а не безпосередньо у тих місцях, де була журналіст (див. Додаток Д).

Аналогічний принцип застосовано до публікації «Війна. Коли межа близько» (№28) та низки інших репортажів. Так, у загаданому нами матеріалі вміщено дві малих за розміром світлини. Підписи до ілюстрацій допомагають зрозуміти, що зображено на їх, наприклад, до першої світлини поданий такий підпис: «За 14 годин контрольний пункт Пищевик може пропустити тисячу автомобілів і п'ять тисяч пішоходів». Проте, зважаючи на сказане у тексті, репортаж мав би містити більшу кількість світлин. До того ж, краще фото об'єкта, про який йдеться, вміщувати поряд із відповідною частиною тексту,

чого видавці також не дотримуються, подавши дві світлини відразу після заголовка.

Здебільшого репортажі займають лише сторінку або півсторінки, що значним чином позначається на кількості світлин або їх якості. Так, до прикладу, згаданий нами розлогий репортаж «Життя в монастирі. Світ відвернеться, а Бог допоможе» (№32), редактори розмістили на одній газетній шпальті, тому 5 світлин (див. Додаток Е), зроблених автором публікації, малі за розміром. Це своєю чергою заважає читачам роздивитися те, що зображено. Також виявлено і певні розбіжності між ілюстративним матеріалом та тестом. Так, на одному із фото вміщено роботу майстра свічкаря, що функціонує при монастирі. Натомість у тексті не загадано ні про наявність такого цеху, ні про розмову із тим майстром, що зображений на світлині. Попри те, що журналіст описала свою розмову із багатьма людьми, що траплялися їй у монастирі (студенти, паломники і так далі), жодний із не зображено на фотографії.

Іноколи зауважено розбіжності між описами у тексті та світлинами. Так, у матеріалі «Біжи, Марку, біжи!» сказано, що ноги волонтери перебинтовані, натомість на світлині його кінцівки впорядку. На цій ж ілюстрації зображено чоловіка в русі. Видно, що за собою він щось тягне. Можна припустити, що це своєрідний спальний намет на колесах, проте ні у тексті вказівки про це немає, ні окремого фото речей іноземця також немає.

Репортаж «Нумо крити педалі!» (№34) вміщує світлину тільки однієї жінки, що позує журналісту біля велосипеда (див. Додаток Є.). Фото зроблене доволі далеко, тому, крім жінку із велосипедом розгледіти вкрай важко. Жодних емоцій чи виразу обличчя, звісно, читачам прослідкувати теж не вдасться. У той час в тексті публікацій сказано, що двоколісним транспортом користується кожен мешканець села, навіть вміщено розмову із кількома людьми, згадано про медпрацівника, який аптечку приладнав до багажника. На наш погляд, варто було вмістити більшу кількість світлин, не економлячи газетної площі.

Було зауважено, що низка репортажів містить фото певних споруд, архітектурних пам'яток, військових об'єктів. Натомість доволі часто було б доречно вміщувати ще й світлини людей, що траплялися журналістам та бесідували з ними. У такий спосіб публікаціям вдалося б надати більшого колориту, розуміння, про кого саме згадується у тексті.

Відтак, порівнюючи підходи до ілюстрування у газетах «День» та «Експрес» було зауважено, що українські видавці приділяють різну увагу світлинам. Так, часто світлини у «Дні» можна вважати мистецькими, зроблені вони із неординарним підходом, усіляко підкреслюють те, про що йдеться у тексті.

Натомість видавці газети «Експрес» вміщують здебільшого тільки одне-два фото у репортажі невеликого формату. Таким чином, чимало сказаного журналістом у тексті залишається не проілюстрованим, тому читач часто не може повноцінно зрозуміти, що бачить перед собою та про що пише автор. Вважаємо, що виданню варто більше уваги приділяти якісним світлинам у публікаціях репортажного характеру.

Висновки до розділу. У газеті «День» трапляються доволі непогані приклади репортажів. Насамперед варто згадати про матеріал Дмитра Десятирика «Оптика Одеси», де журналісту вдалося напрочуд промовисто описати вкотре побачене в Одесі. Автор не звернув увагу на традиційні туристичні об'єкти у цьому місті, але з допомогою пересічних фото зумів передати внутрішній дух морського міста та неординарність місцевих мешканців. Кожне слово у репортажі допомагає читачеві уявити картини, які повстали перед самим автором.

Крім цього, на шпальтах щоденного видання можна зауважити репортажі на теми культури, екології, інновацій. Час від часу вдавалося віднайти проблемні репортажі, як-ось із мітингів чи у столиці після негоди.

Світлини у репортажах газети «День» привертають увагу потенційного читача. Було зауважено, що редколегія не намагається зекономити площу у виданні за рахунок світлин, тому – вони доволі розлогі, яскраві та часто деталізовані. Їхня роль у репортажах неоціненна, адже з допомогою їх авторів вдається передати побачене, краще пояснити реципієнтові, що він має на увазі.

Аналізований нами жанр журналістського твору в газеті «Експрес» поданий зовсім по-іншому. Було зауважено, що часто журналісти торкаються побутових тем, як-ось їзду на велосипеді в одному із сіл країни, готують репортажі із території, що межує з зоною проведення АТО, та акцентують увагу на закордонних «перлинах».

Так, репортаж на шпальтах видання часто поєднаний з іншими жанрами, як –ось нарис чи життєва історія. «Чисті» репортажі не наскільки промовисті та яскраві, як на шпальтах «Дня». Чимало зауважень виникло і до способу подання ілюстративного матеріалу у репортажах – так, найчастіше можна зауважити тільки одну-дві фотографії, що рідко можуть передати задум автора та допомогти читачеві розставити крапки над «і». Крім цього, було зауважено розбіжності між сказаним журналістом і зображеним на фотографіях.

ВИСНОВКИ

Сучасне життя важко уявити без засобів масової інформації. Радіо, телебачення, періодичні видання стали невід'ємними атрибутами світу сучасної людини. У постіндустріальному суспільстві влада знань та інформації стає вирішальною в управлінні державою, відтісняючи на другий план вплив грошей та спонукання. Сьогодні мас-медіа все більше служать не лише необхідним ланцюжком у складному механізмі державотворення, але і його митцем. Сила впливу ЗМІ на свідомість і поведінку громадян величезна. Відтак, напрочуд важливо розуміти специфіку кожного жанру, що є визначальним на шпальтах сучасних ЗМІ. Оскільки репортаж продовжує залишатися доволі складним, колоритним явищем в українській медіакulturі, то ми зосередили увагу саме на специфіці цього жанру в сучасних газетах.

Узагалі поняття «жанр» є предметом дискусій у сучасному медіазнавстві, це один з елементів форми журналістського, як і літературного твору взагалі, який визначається задумом, змістом, роллю тощо. В Україні найбільш прийнятною класифікацією, на наш погляд, залишається градація В. Здоровеги, відповідно до якої прийнято поділяти жанри на такі групи, як інформаційні, аналітичні, художньо-публіцистичні та сатиричні.

Репортаж як жанр майже однаково ідентифікують дослідники журналістики – важлива складова інформаційних жанрів. Його мета – інформувати читача про те, що відбулося, подекуди називати, не коментуючи, факти з реального життя. Репортажам обов'язково повинна бути притаманна актуальність, оперативність у поданні, вдало продумана структура та яскраві мовностилістичні засоби.

Не будь-яка подія гідна висвітлення у репортажі, тому критерій вибору події – це актуальність та суспільна значущість. Також репортаж характеризується обмеження оповіддю лише однієї події, тому наявність опису й аналізу декількох подій не є ознакою цього оперативного жанру.

Хоча поняття «репортаж» виникло у першій половині XIX століття і походить від латинського слова «reportare», що означає «передавати»,

«повідомляти», цей жанр залишається актуальним для багатьох ЗМІ, що напрочуд неординарно репрезентують його на шпальтах своїх видань.

На сьогодні є різні підходи до градації різновидів репортажів. Так, журналістикознавець В. Здоровега пропонує виокремлювати «подієвий (прямі й непрямі) або інформаційний, проблемний і художній репортаж. М. Барманкулов поділяє газетний репортаж на три основні види: доподієвий, подієвий та післяподієвий; сучасна дослідниця О. Бикова –художні, подієві, спеціальні, історичні, а також репортажі-застереження, репортажі-розслідування. А. Іващук вирізняє політичний, агітаційний, історичний, футурологічний.

Традиційний подієвий репортаж характеризується оперативністю подання актуальних суспільних подій, створенням ефекту присутності на місці події. Аналітичний репортаж повинен не тільки поетапно зобразити побачене, а й з'ясування причин виникнення сказаного явища та відстежити його розвиток. В аналітичному репортажі образна, емоційна оповідь про певну подію переростає в суспільно значущу проблему, яка потребує негайного вирішення. Художній – своєю чергою накопичує низку неординарних мовностилістичних прийомів.

Газета «День» користується попитом серед українських читачів; матеріалам, що подані на шпальтах цієї газети, довіряються. Головний редактор – Лариса Івшина. На її шпальтах можна знайти публікації присвячені чималій кількості тем, зокрема економіці та політиці, освіті та науці, екології та соціальних питань, культурі та мистецтву тощо. Важливу роль відіграються фотоконкурси газети «День», які проводиться щорічно з 1999 року і є одним з наймасштабніших соціальних проектів видання.

«Експрес» – всеукраїнська українськомовна газета з головною редакцією у Львові. Головним редактором «Експресу» є львів'янка Уляна Вітюк. На шпальтах видання можна відшукати матеріали про суспільство, політика, економіка та міжнародні відносини, розваги тощо. Газета розрахована на читача з різнобічними інтересами. Проте має неоднозначну репутацію на видавничому ринку через частенькі передвиборчої агітації. З іншої сторони –

на шпальтах видання часто продукувалися матеріали агітаційного змісту. А журналістам часто притаманна любов до скандальних розслідувань.

Серед суспільно-політичної періодики в Україні, на наш погляд, конкурентами газети «День» та «Експрес» є журнали «Український тиждень», «Фокус» Кореспондент», «Країна»; серед газет насамперед «Дзеркало тижня». Кожне з цих видань по-особливому висвітлює повсякденне життя країни у тих чи інших жанрах, торкаючись репортажу.

Репортаж на шпальтах видання «День» загалом можна поділити на дві частини: репортажі, що переплітаються з іншими жанрами та «чисті», що яскраво репрезентують саме ознаки репортажу (присутність автора на місці події, поетапну розповідь, яскраві мовностилістичні засоби тощо). Найчастіше можна зауважити репортажі на теми культури, екології, проблемні про ті чи інші події у містах України.

Видання «Експрес» не містить наскільки яскравих і вдаливих прикладів «чистих» репортажів. На її шпальтах – публікації, що переважно поєднують ознаки різних жанрів. Поодиноким зауважено доволі специфічне підбирання фактів, про які автор виявляє бажання розповісти (як у репортажі про Лувр у Франції «Пустіть мене до Джоконди»): сварка із контролером, закриття музею. Натомість не було згадано про похід до найвідоміших експонатів, розмови з відвідувачами, деталі інтер'єру тощо.

Щодо ілюстративного матеріалу, то, на наш погляд, газета «Експрес» не приділяє належної уваги світлинам у репортажах. У той час як інший аналізоване ЗМІ увагу читача привертає саме з допомогою фото – великий за площею, підготовлених фотографом.

На сьогодні першочергово до новаторських рис аналізованого нами жанру варто зарахувати саме «дифузю» з іншими, як правило, аналітичними (коментар, стаття) та публіцистичними жанрами (життєва історія, нарис). Крім цього, репортажі демонструють широкий тематичний діапазон, так можна зауважити публікації на теми культури, подорожей, екології, стихійних лих,

побутових відмінностей українців, репортажі із музеїв, інноваційних станцій, різноманітних виставок та клубів і так далі.

Особливої уваги і заслуговують світлини. Так, задля досягнення потрібного ефекту редколегія видання «День» послуговуються професійними фото, наданими фотографом, що вирушає на певне редакційне завдання разом із журналістом. На світлинах, варто зауважити, зображено не тільки об'єкт опису, а й люди з особистими враженнями та емоціями. У такий спосіб читачі бачать не просто, скажімо, картини, а й захопленнями ними відвідувачів. Останній тренд – фотографувати людей, які своєю чергою фотографують об'єкт зацікавлення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ:

1. Аронець О. Гроші хазяїна «Експресу» / О. Аронець // Gazeta.ua. – Режим доступу: <https://gazeta.ua/blog/39040/groshi-hazyayina-ekspresu>
2. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции : учеб. пособие для студ. вузов [Текст] / Г. П. Бакулев. – М. : Аспект Пресс, 2005. – 176 с.
3. Бикова О. Комунікативні особливості вставлених конструкцій у мові сучасного пресового репортажу [Текст] / О. Бикова // Стиль і текст. – 2013. – Вип. 14. – С. 113-122.
4. Бикова О. М. Мовні засоби реалізації експресивності на синтаксичному рівні в текстах сучасного пресового репортажу [Текст] / О. М. Бикова // Держава та регіони. Соціальні комунікації. – 2013. – № 2. – С. 59-64.
5. Бикова О. М. Тематично-видова типологія сучасного пресового репортажу [Текст] / О. М. Бикова. // Український інформаційний простір. – 2016. – № 4. – С. 94–102.
6. Бондаренко Ю. С. Українська газета «День» у контексті альтернативної преси Німеччини [Текст] / Ю. С. Бондаренко // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. – 2016. – № 1. – С. 39-43.
7. Вайшенберг З. Новинна журналістика [Текст]/ Зігфрід Вайшенберг. – К. : Академія української преси ; Центр вільної преси, 2004. – 260 с.
8. Василенко М. Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі [Текст]: монографія / М. Василенко. – К. : Вид-во Інституту журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка, 2006. – 236 с.
9. Великий тлумачний словник сучасної української мови [Текст]/ уклад. і гол. ред. В. Т. Бусел. – К., 2001.
10. Вуароль М. Гід газетяра: пер. із франц.[Текст] / Мішель Вуароль. – К., 2003. – 64 с.

11. Галлер М. Репортаж[Текст] : навч. посібник / М. Галлер / за загал. ред. В. Іванова. – К. : Академія Української преси, Центр Вільної Преси, 2011. – 348 с.
12. Гетьманець М. Ф. Сучасний словник літератури і журналістики[Текст]/Гетьманець М. Ф., Михайлин І. Л.. – Х.: Прапор, 2009. – 384 с.
13. Гід журналіста [Текст] : зб. навч. матеріалів, складена за фр. методикою вдосконалення працівників ЗМІ / Центр підготовки й вдосконалення журналістів, Інститут масової інформації ; адапт. та упоряд. А. Лазарева ; ред. С. Таран. – К. : [б.в.], 1999. – 96 с
14. Головка Х. Специфіка роботи журналіста під час підготовки літературного репортажу [Текст] / Х. Головка // Вісник Львівського університету. Серія : Журналістика. – 2018. – Вип. 43. – С. 118-124.
15. Гридчина В. Гендерна інтерпретація образів журналу «Країна» [Текст] / В. Гридчина // Образ. 2016. Вип. 2. С. 74-80.
16. Гриценко О. Основи теорії міжнародної журналістики[Текст] / О. Гриценко, В. Шкляр. – К. : ВПЦ «Київ . ун-т», 2002. – 304 с.
17. День [Електронний ресурс]: офіційний сайт. – Режим доступу: <http://day.kyiv.ua/uk>
18. День [щоденна суспільно-політична газета] / гол. ред. Л. Івшина. – засн. 1996 рік.
19. Доценко К. О. Специфіка жанрової палітри реклами брендів у пресі (на прикладі журналу «Корреспондент») [Текст] / К. О. Доценко, М. В. Мельник // Наукові записки Інституту журналістики. 2013. Т. 53. С. 64-67.
20. Експрес [суспільно-політична газета] / гол. ред. У. Вітюк. – засн. 1992 рік
21. Євграфова А. Концептуальне полу журналістської терміносистеми в медійному контексті / А. Євграфова // Образ. 2015 – Випуск 1 (16). – С. 9–14

22. Журналістський фах: газетно-журнальне виробництво: навчальний посібник. – 2-ге вид., перероб. і допов. / Т. О. Приступенко, Р. В. Радчик, М. К. Василенко та ін.; за ред. В. В. Різуна. – К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2012. – 352 с.

23. Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості [Текст] : підручник / В. Й. Здоровега ; Львівський національний ун-т ім. Івана Франка. – 2. вид., перероб. і доп. – Л. : ПАІС, 2004. – 268 с.

24. Іващук А. А. Аналітичний елемент як органічний складник сучасного репортажу [Текст] / А. А. Іващук // Наукові записки Інституту журналістики. 2014. Т. 54. С. 163-168

25. Іващук А. А. Традиції й новаторство в репортажному жанрі, зміни функціональних характеристик у межах групи [Текст] / А. А. Іващук // Наукові записки Інституту журналістики. – 2013. – Т. 53. – С. 68-75

26. Калмыков А.А. Интернет-журналистика[Текст]: учеб. пособие для вузов / А. А. Калмыков, Л.А. Коханова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 383 с.

27. Ким М. Н. Жанры современной журналистики / М. Н. Ким. – С.Пб. : Изд-во Михайлова В. А., 2004. — 355 с.

28. Ким М. Репортаж: технология жанра [Текст]: учеб. пособие / М. Ким. – СПб : Изд-во Михайлова В.А., 2005. – 224 с.

29. Коломієць О. Репортаж та нарис як характерні жанри українського еміграційного письменства II пол. XX ст. [Текст] / О. Коломієць // Теоретична і дидактична філологія. – 2013. – Вип. 15. – С. 231-237.

30. Кому належать львівські ЗМІ // Media ownership monitor. – 23.08.2016. – Режим доступу: https://www.mom-rsf.org/uploads/tx_lfrogmom/documents/15-136_import.pdf

31. Коновалова О. Основы журналистики [Текст]: учеб. пособ. / О. Коновалова. – М. : МарТ, 2005. – 272 с.

32. Кройчик Л.Е. Система журналистских жанров[Текст] //Основы творческой деятельности журналиста /Под ред. С.Г. Корконосенко. СПб., 2000. С. 125–168.

33. Лаврик О. В. Основи журналістики: навчально-методичний посібник для студентів зі спеціальності «Журналістика»/О. В. Лаврик. – Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2008. – 73 с.

34. Лащук К. У Луцьку – фотовиставка від газети «День», про сім'ю та війну [Електронний ресурс] / К. Лащук // Volynpost. – 2017. – 28 квітня. – Режим доступу: <http://www.volynpost.com/news/88508-u-lucku-fotovystavka-vid-gazety-den-pro-simyu-ta-vijnu>

35. Маслова В. Лингвистический анализ экспрессивности художественного текста[Текст] / В. Маслова. – Минск : Вышайшая школа, 1997. – 135 с.

36. Масова інформація[Текст]: підручник/А. З. Москаленко, Л. В. Губерський, В. Ф. Іванов, В. А. Вергун. – К.: Либідь, 1997. -216 с.

37. Мельник Г. С. Основы творческой деятельности журналиста [Текст]/ Г. С. Мельник, А. Н. Тепляшина. – СПб. : Питер, 2008. – 272 с.

38. Михайлин Ігор Основи журналістики [Текст] : підручник для студ. вищ. навч. закладів / І. Л. Михайлин. – 3-тє вид., доп. та поліпшене. – К. : ЦУЛ, 2002. – 284 с.

39. Михайлюта О. Елементи розважальності в журналі «Український тиждень» [Текст] / О. Михайлюта // Стил ь і текст. 2013. Вип. 14. С. 153-158.

40. Місюра В. Газета «День» як джерело до вивчення поглядів слов'янофілів на польське питання на початку 1860-х років [Електронний ресурс] / В. Місюра // Південний архів. Сер. : Історичні науки. – 2009. – Вип. 30. – С. 171-178. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pain_2009_30_23

41. Мозгова Я. О. Експресивні властивості повтору (на матеріалі німецьких текстів репортажів) [Текст] / Я. О. Мозгова // Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Філологічні науки. – 2013. – № 14(3). – С. 195-200.

42. Мозгова Я. О. Заголовок репортажу як засіб створення експресії (на матеріалі німецької журнальної публіцистики) [Текст] / Я. О. Мозгова // Мова і культура. – 2012. – Вип. 15, т. 5. – С. 226-229.

43. Мудра І. М. Маркетингові стратегії регіональних газет як інструментарій завоювання популярності (на прикладі газет «Високий Замок» і «Експрес») [Текст] / І. М. Мудра // Поліграфія і видавнича справа. – 2013. – № 3-4. – С. 25-30

44. Назар Р. М. Парцеляція як засіб експресивізації репортажу [Електронний ресурс] / Р. М. Назар // Науковий вісник Південноукраїнського державного педагогічного університету ім. К. Д. Ушинського. Лінгвістичні науки. – 2012. – № 14. – С. 214-220.

45. Назаренко Г. І. Інформаційні жанри журналістики [навч. посіб.] / Г. І. Назаренко. – Ч. 1. – К. : НАУ, 2010. – 32 с.

46. Недопитанський М. І., Карась М. А., Ільченко В. І. Уроки з журналістської практики. Практичний посібник. – К.: Україна молода, 2010. – 120 с.

47. Павлик В. І. Жанр преси в журналістиці та лінгвістиці [Електронний ресурс] / В. І. Павлик // Наукові записки [Національного університету «Острозька академія»]. Сер. : Філологічна. – 2013. – Вип. 38. – С. 211-212. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoaf_2013_38_66

48. Павлів В. Репортаж: між фактами та емоціями [Текст][практичний посібник для журналістів] / В. Павлів. – Львів: Видавництво УКУ, 2015. – 120 с.

49. Полякова А. Розвиток релігійної тематики в часописі «Український тиждень» (2007—2012 рр.) [Текст] / А. Полякова // Збірник праць Науково-дослідного інституту пресознавства. 2012. Вип. 2. С. 281-289.

50. Полякова Г. О. Проблеми людей із особливими потребами на шпальтах газети «День» [Електронний ресурс] / Г. О. Полякова // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія : Соціальні комунікації. – 2014. – № 1143, Вип. 6. – С. 53-58. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKhISK_2014_1143_6_14

51. Пономарів О. Д. Стилїстика сучасної української мови : підручник / Олександр Пономарів. – 3-тє вид., перероб. і доповн. – Тернопіль : Навчальна книга Богдан, 2000. – 248 с
52. Присяжнюк О. Історія очима газети «День» [Текст] / О. Присяжнюк // Журналістика. – 2016. – Вип. 15. – С. 225-226.
53. Прокопенко І. Репортаж в газеті / І. Прокопенко. – К. : ВПЦ «Київ . ун-т», 1959. – 157 с.
54. Різун В. В. Маси [Текст]: тексти лекцій / В. В. Різун. – Київ : Київ. ун-т, 2003. – С. 63
55. Сащук Т. І. Аспекти реалізації актуальної соціальної проблематики в аналітичних публікаціях всеукраїнських суспільно-політичних видань «День» та «Дзеркало тижня» [Текст]/ Т. І. Сащук. // Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації: науково-виробничий журнал. № 3/4 (15/16) / Класичний приват. ун-т ; [голов. ред. О. В. Богуславський]. Запоріжжя : [б. и.], 2013. С. 118-122
56. Сич В. История одного журнала / В. Сич // Кореспондент. – Режим доступу: <http://blogs.korrespondent.net/blog/journalists/3242848-ystoryia-odnoho-zhurnala>
57. Словник журналіста: терміни, мас-медіа, постаті [Текст]/ за заг. ред. Юрій Михайлович Бідзіля ; авт.-уклад. І.І. Бабушак, Віталій Йосипович Жугай, Іван Михайлович Сенько, В.Ю. Тарасюк . – Ужгород : Закарпаття, 2007 . – 223 с.
58. Смелкова З. Риторические основы журналистики. Работа над жанрами газеты[Текст] : учеб. пособ. / З. Смелкова. – 4-е изд., испр. – М. : Наука, 2006. – 320 с.
59. Табінський Я. Візуальний концепт «автор-глядач» на прикладі фотовиставки газети «День» [Текст] / Я. Табінський // Вісник Львівського університету. Серія : Журналістика. – 2014. – Вип. 39(1). – С. 121-129.

60. Табінський Я. Зображальні особливості сучасного репортажу у пресі і на телебаченні[Текст] / Ярослав Табінський // Телета радіожурналістика. – 2011. – Вип. 10. – С. 31–35

61. Тарасюк В. Специфіка репортажу в українській інтернет-журналістиці (за матеріалами сайту «ЛітАкцент») [Електронний ресурс] / В. Тарасюк // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія : Філологія. Соціальні комунікації. 2011. Вип. 26. С. 245-251. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuufilol_2011_26_51

62. Тертычный А. Жанры периодической печати[Текст] : учеб. пособ. / А. Тертычный. – М. : Аспект-Пресс, 2002. – 320 с.

63. Фокус [Електронний режим] : офіційний сайт. – Режим доступу: <https://focus.ua/>

64. Шкляр В. Актуальні проблеми модернізації суспільства і мас-медіа [Текст] / В. Шкляр // Збірник праць кафедри української преси. – Львів: ЛНУ, 2000. – Вип.3.

65. Шутяк Л. М. Особливості українського художнього репортажу в контексті «нового журналізму» [Текст] / Л. М. Шутяк // Держава та регіони. Сер. : Соціальні комунікації. – 2014. – № 1-2. – С. 154-158.

66. Щигел М. Репортаж – розповідь про те, що відбулося насправді [Електронний ресурс] / М. Щигел, В. Тохман // mediasapiens.ua – Режим доступу до ресурсу: http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/masterclas/reportazh_rozpovid_pro_te_scho_vidbulosya_naspravdi/



Додаток Б.

Приклад фото у репортажі «Солодкі 90-ті» газети «День»

Репортаж «Що»

Додаток Б. 27.12.2010, 12:00. 12-та сторінка

Солодкі 90-ті

Минуле на замах, сучасні дошки відчуті на виставці «Швидкозоринний час» у Києві



Виставка «Швидкозоринний час» у Києві. На задньому плані — картина з фігурою, що сидить на стільці.



Виставка «Швидкозоринний час» у Києві. На задньому плані — картина з фігурою, що сидить на стільці.

У 1990-х роках в Україні відбувся культурний ренесанс. Це був час, коли українська культура почала повертатися до своїх коренів. У цей час в Україні відбувся культурний ренесанс. Це був час, коли українська культура почала повертатися до своїх коренів.

ПІДПИСИ

У 1990-х роках в Україні відбувся культурний ренесанс. Це був час, коли українська культура почала повертатися до своїх коренів.

У 1990-х роках в Україні відбувся культурний ренесанс. Це був час, коли українська культура почала повертатися до своїх коренів.

ПІДПИСИ

У 1990-х роках в Україні відбувся культурний ренесанс. Це був час, коли українська культура почала повертатися до своїх коренів.

У 1990-х роках в Україні відбувся культурний ренесанс. Це був час, коли українська культура почала повертатися до своїх коренів.

ПІДПИСИ

У 1990-х роках в Україні відбувся культурний ренесанс. Це був час, коли українська культура почала повертатися до своїх коренів.

У 1990-х роках в Україні відбувся культурний ренесанс. Це був час, коли українська культура почала повертатися до своїх коренів.

ПІДПИСИ

У 1990-х роках в Україні відбувся культурний ренесанс. Це був час, коли українська культура почала повертатися до своїх коренів.

Приклад фото у репортажі «Портрети з душі» газети «День»



Приклад фото у репортажі «Краса марноти» газети «День»



Додаток Д.

Приклад фото у репортажі «Пустіть мене до Джоконди!» газети «Експрес»



Додаток Е.

Приклад фото у репортажі «Життя в монастирі. Світ відвернеться, а Бог допоможе» газети «Експрес»

10 репортаж

Життя в монастирі. Світ відвернеться, а Бог допоможе

У Святоуспенській Унівській лаврі я провела декілька днів, прагнучи зрозуміти, що спонукає людей усамітнитися в чернечій обителі

Це один з найбільших монастирів України. Тут у сканіні з Богом живе 35 монахів. А щодня Святоуспенська Унівська лавра (УНЦ) приймає гостей.

ДО БОГА З УСІМА ТРИБОГАМИ

До монастиря їду автобусом. Разом зі мною на зупинці в Уневі виходить жінка з дівчиною років п'ятнадцяти. «Помаленьку, доно, не поспішай, — примовляє, ведучи біду коню під руку. — Тут усього декілька кроків».

Надія з донькою приїхала зі Львова. У дитини — проблеми зі здоров'ям. Що саме, жінка не каже. «Бог усе знає», — відповідає. — Лікарі не знають, а Бог знає».

Нам назустріч простують люди із плітками води. Набирають її з чудотворного джерела під стінами лаври. Колиш джерело зійшло з води ноги Олександра Ванька Лагодзівського — з лавності він став будувати мурований храм Успіння Пресвятої Богородиці та сприяв відбудові монастиря, який зруйнували татари.

Тепер до Святоуспенської Унівської лаври їжджаються з усіх угод. Зупинитися відвідувачі можуть у тутешньому гостьовому будинку. За доріжкою до монастиря треба заплатити 130 гривень. Стільки ж коштують триразове харчування у трапезній монастиря.

На терасі сидить молодик із ноутбуком. 25-річний Юрій — аспірант юридичного факультету. «Приїхав сюди писати дисертацію. Вдома дуже важко працювати, відчуваю постійну тривогу», — пояснює. — А тут я вранці ходжу на службу, прошу Божої допомоги, і все йде як по маслу».

Моя сусідка — 36-річна пані Катерина. Жінка розкладає речі з дорожньої сумки і заводить розмову: «Я сюди приїжджаю вже в'яте. У нас із чоловіком є домовленість — раз на рік я на тиждень їду в монастир, а він підглядає господарство і дітей. Удома я весь час заколована, не маю часу на розвиток духовного, це недобре. Катерина спинає погляд на будівлю монастиря, які видно з вікна, і замовкає на хвилину. — Удома я — мати двох дітей, а тут — донька Божя».

На годиннику — 7.30. Пора на службу. У монастирській церкві їх з понеділка по суботу правлять чотири: о 6-й ранку, о пів на 8-му, о пів на 14-ту і о 18-й. У вихідні є ще богослужіння, що починаються о 9-й ранку.

ДУШЕВНІ РОЗМОВИ

Після служби рушаємо на сіданок у традицій для гостей. Сьогодні тут частують канапками та гречкою з м'ясом. «Гарна була служба, правда?» — звертається одна жінка до іншої і кладе руку їй на плече. Це сестри Клава і Марина. Змалку вони приїжджали сюди з батьками. Тепер відвідати монастир раз на рік для них — свята традиція. «На морі так не відпочинеш, як тут. У лаврі особливий, Божий спокій», — пояснює Марина. Її сестру Кла-



Згідно з архівними документами, монастир засновано на початку XIV століття.

ків черниця, — каже жінка. — У 9-му класі вперше сказала, що хоче піти в монастир. Ми з чоловіком її відмовляли — хотіли, аби жила, як усі. Олі закінчила школу, вступила в університет на теологічний факультет. Та на першому курсі втекла — залишила записку, що йде в монастир. Додому більше не повернулася».



Чудотворне джерело біля стін лаври.

У пані Клави виступають сльози. «Як я тоді плакала! Та й досі не можу втриматися. — Жінка рвучко змахує сльозу зі щок, ніч сварить себе. — Я і тепер



У лаврі є свечарня. За роботою майстер — пан Богдан.

питаю Олію, чи не думає повернутися. Та вона навіть думки такої не допускає. Моя дитина тут справді щаслива. Завжди усміхнена, щаслива. Жити тут раз на

магався зрозуміти її вибір...»

Виходжу з трапезної. У тій під деревом сидить Злата. У руках — збірка проповідей. Дівчина в монастирі вже п'ятий день. Приїждить сюди вранці за місяць. «Я ніч маю часу з будом, а тут вона наповнюється квітами», — пояснює.

Златі — 21. Після року подружнього життя в неї з чоловіком виникли проблеми. Які саме — не розкажу. «Я від усього відійшла, приїжджу до настоятеля. Говорю і не стримує сліз. Він мене не почує, нічого не радить, якщо я не прошу. Просто спокійно слухає. Ідеальний психолог», — розповідає дівчина. Злата кликала і чоловіка зі собою до лаври. «Він відмовився. А я чорна в дізналася, що чоловік був у ворожнечі, — каже. — Що ж, кляну робити свій вибір: хто до Бога, хто до нечистого. Утім, коли це твій чоловік, стає особливо боляче».

ЯК ЗРОЗУМІТИ, ЩО ЦЕ — ПОКЛИКАННЯ?

Неподалік гурт паломників обступив монаха. «А чим ви були до постріту, брате?» — питає схиблена один з гостей. Чернець у расі всміхається: «Я не пам'ятаю». «А ви були одружені?» — наполягає хлопець. — Не пам'ятаю ні-чого. Моє покликання — бути тут із Богом. Тут моя сім'я, і тут мій дім. А все, що було до цього, — не було моїм...» «А як зрозуміти, що це твоє покликання?» — не вгаває гість. «Це просто треба відчувати, мати непереборне бажання бути поруч з Богом», — спокійно відповідає монах.

Допитливого хлопця звали Володимир. Він приїхав сюди із Закарпаття, аби вирішити, куди повернути своє життя: взяти шлюб чи присвятити себе Богові, як тутешні черці.

ТУТ МОЯ СІМ'Я

Знайомлюся з 21-річним братом Михайлом. До того як прийти в монастир, він мав власний музичний колектив, грав на величезних. «Хоч я ніколи не цікавився дискотектами, алкогольними вечірками, надійшов додому був голою головою курсу й гуртожитку в училищі, — згадує хлопчик. — Там зрозумів, що мені місія в такому житті немає».

У 19 років Михайло одягнув

якщо мені, що його сім'я — тут.

Нашу розмову перериває дзвін. «Це заклик молитися за мир в Україні», — поспіхом каже монах, повертається обличчям до церкви і починає молитву.



Такою є гостьова келія. Вона схожа на чернечу.

...Наймолодшому братові у Святоуспенській Унівській лаврі — 17 років, найстаршому — близько 80. Найповажніший мешканець монастиря — ста-



Трапезна. Триває обід.

рець-затворник Олександр. Він не бере участі в загальних богослужіннях. Чоловік вже 21 рік замкається в келії, а із зовнішнього світу контактує тільки з лавновою, яка приносить йому їжу.

ки монахи. Але можна поспішити гостьову», — промовив брат Михайло.

Заходимо до тієї кімнати. У ній є невеличке ліжко, стол, табуретка і стілець. На три стіни кімнати — одні санвузли. «Тут можуть зупинитися черці чи або гості наших братів, якщо є крайня потреба», — розповідає мені деталі чернечого побуту брат Михайло. — Наше життя схоже на цю, та ми маємо власні санвузли. Дівчі на тиждень надають гарячу воду. За правилами, ми не можемо звертатися один до одного в коридорі, тому маємо дві кімнати-роздягальні — спілкуємося там.

Наш день розділений на вісімки: вісім годин — на молитву, вісім — на роботу, вісім — на поспокій. Проживаємося о 5.30, засинаємо о 22.00 — 23.00. Єдине, чого ми не можемо робити, не маю часу на погані думки».

Уранці монахи їдуть на богослужіння, а потім переодягаються і працюють у господарстві.

КАНДИДАТИ У МОНАХИ

Тепер у монастирі — декілька кандидатів у черці. Вони не мають жодних обов'язків. Просто придивляються до тутешнього життя, а монахи — до них.

«Якщо кандидат готов до чогось вибору, із переведень у аники. Тоді вони можуть носити підпоясник, шальку, пояс і починують брати активну участь у житті монастиря», — пояснює брат Михайло. — За рішенням ради братів їх можуть допустити до одягання перших обітниць — рік».

Після п'яти років перебування в монастирі кандидат має право скласти вічні обітницю: не бути майна, не створювати сім'ї та зберігати себе в чистоті в усіх сенсах. Звільняти від них може тільки Паша Римський.

Якщо юнак хоче надати жінці в келії, скликають раду із братів з інших семи дочок монастирів, аби вирішити його подальшу долю.



Трапезна. Триває обід.

Люди відкають у монастир на проблемі і негаразди, тут шукають умовотворення і духовної рівноваги. Спілкуючись з нами, розумію: їм тут комфортно. Вони знають, що це їхній вибір.

Додаток Є.

Приклад фото у репортажі «Нумо крутити педалі!» газети «Експрес»

репортаж

Нумо крутити педалі!

■ Це село називають велосипедною столицею України. Ще б пак — у кожному дворі декілька двоколісних

■ 75-річний Людмил Берко велосипед подарували на... золоте весілля

Щойно в'їжджаю у Велику Кісницю, помічаю літню жінку на велосипеді. За нею — ще одна. Біля магазину — п'ять двоколісних припарковано. Місцеві жартують, що велосипедів тут більше, ніж людей!

У селі Велика Кісниця, що на Вінниччині, цим транспортом їздять і дошкільнята, і молодь, і старші люди. Називають його "веломашина" або "лісапед". Без велосипеда, кажуть мешканці, тут важко — село простяглося аж на 11 кілометрів.

"Іти з одного краю в інший — дві години, а заїхати велосипедом можна за 20 — 30 хвилин. Тому це зручний для мешканців спосіб пересування, — каже Тетяна Кулик, сільська бібліотекарка. — До того ж у селі для цього сприятливий рельєф — лише де-не-де може трапитися горбочок. У їзді двоколісними — суцільні переваги: корисний для здоров'я, береже зусилля та головне — економить час!"

Пані Тетяні — 58 років. Вона не пам'ятає, коли саме навчилася їздити. "Велосипед — невід'ємна частина життя ще з дитинства, — каже. — Останній слу-

жить уже 10 років. Хочу новий, сучасний, з передачами. Із таким могла б взяти участь у районній молодіжній велопрогулянці. Цікаво спробувати. А ноги від їзди не болять — боліли б, якби ходила пішки!"

Узимку бібліотекарка проводить акцію "велобібліокошик" — розвозить книжки по селу людям з інвалідністю.

"А нещодавно зі школярами провели перформенс — екологічний бібловеломарафон. Діти на двоколісних їхали центральною вулицею села з книжками на екологічну тематику та закликали читати їх. Так привертали увагу до екологічних проблем, — розповідає Тетяна. — Під час навчання біля школи припарковано понад 100 велосипедів. Майже всі учні приїздили на навчання таким транспортом".

Саме тому у Великій Кісниці "лісапед" — найкращий подарунок. І не лише дітям, але й старшим. До прикладу, 75-річний Людмил Берко новенький рожевий двоколісний презентували на... золоте весілля! Вона відразу сіла й поїхала, щоби протестувати подарунок.

"Коли я переїхала у Кісницю,

від діда, то сів за кермо двоколісного й одразу поїхав, — розповідає хлопець. — Тепер вже дорослий велосипед, обстав його світлодіодною стрічкою та причепив спідометр. Їз маюся побити власний рекорд швидкості".

Із магазину виходять люди, покупки кладуть на велосипед. Зважаю і місцеву медсестру, яка також їздить лише на двоколісному, агітечку розміщає у багажнику.

У декого з селян по декілька велосипедів — один святковий, інший шоденний або вантажний. Кажуть, що такий транспорт знамається рідко, а коли й трапляється, то віддають до майстра, який лагодять самі. Найчастіше тряска камера на колесах. Заміняти її коштує 100 — 150 гривень.

До речі, у селі навіть є магазин з велосипедами та деталями до них. Бо на такий товар неабиякий попит! У сусідніх селах про жителів Великої Кісниці жартують: мовляв, навіть сплять зі своїми веломашинами. Навіть не можна сказати одне — знають частіше їздять велосипедом, ніж ходять пішки!

Наталія КИНА



64-річна Ліда Степанівна з самого дитинства їздить на велосипеді.

то веломашини мали тільки заможні. Але за декілька років і ми розжилися на двоколісний,

У сусідніх селах про жителів Великої Кісниці жартують: мовляв, навіть сплять зі своїми веломашинами.

— пригадує 75-річна Віра Телишман. — Кататися вчили місцеві хлопці. То нині дитині став-

лять на велосипед додаткові два колеса, і коли вона звикає до їзди, їх забирають. А я не один раз впала, доки поїхала. Зате кручу педалі досі — чи в гості, чи за покупками. Адже життя — це рух!"

На площі в центрі села — шумно талюдно. Діти часто збираються тут покататися та позмагатися. Хтось їздить без рук, хтось стоїть у повен зріст на багажнику та тримається за плечі волія.

"Це зовсім нестрашно, головне — тримати рівновагу. Я на велосипеді з трьох років. Якось утікав

АНОТАЦІЯ

Марина Вітенко

СУЧАСНИЙ ГАЗЕТНИЙ РЕПОРТАЖ: ТРАДИЦІЇ ТА НОВАТОРСТВО (НА ПРИКЛАДІ СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНИХ ВИДАНЬ «ДЕНЬ» ТА «ЕКСПРЕС»)

Ключові слова: журналістика, газетний репортаж, «День», «Експрес», традиції, новаторство, ЗМІ.

У сучасному житті сила впливу ЗМІ на свідомість і поведінку громадян величезна. Відтак, напрочуд важливо розуміти специфіку кожного жанру, що є визначальним на шпальтах сучасних ЗМІ. Оскільки репортаж продовжує залишатися доволі складним, колоритним явищем в українській медіакультурі, то ми зосередили увагу саме на специфіці цього жанру в сучасних газетах.

Репортаж як жанр майже однаково ідентифікують дослідники журналістики важлива складова інформаційних жанрів. Його мета інформувати читача про те, що відбулося, подекуди називати, не коментуючи, факти з реального життя. Репортажам обов'язково повинна бути притаманна актуальність, оперативність у поданні, вдало продумана структура та яскраві мовностилістичні засоби.

Робота складається з трьох розділів, вступу та висновків. У першому розділі зазначено особливості репортажу як жанру журналістики. У другому розділі проаналізовано специфіку, тематику та місце на ринку газет «День» та «Експрес».

Репортаж на шпальтах видання «День» загалом можна поділити на дві частини: репортажі, що переплітаються з іншими жанрами та «чисті», що яскраво репрезентують саме ознаки репортажу (присутність автора на місці події, поетапну розповідь, яскраві мовностилістичні засоби тощо).

Видання «Експрес» не містить наскільки яскравих і вдалих прикладів «чистих» репортажів. На її шпальтах публікації, що переважно поєднують ознаки різних жанрів.

У третьому розділі окреслено особливості репортажів, ілюстративного матеріалу до їх у вказаних газетах.

MarinaVitenko

**MODERN NEWSPAPER REPORT: TRADITIONS AND INNOVATION
(EXAMPLE OF SOCIAL AND POLITICAL ISSUES «DAY» AND
«EXPRESS»)**

Key words: journalism, newspaper reportage, «Day», «Express», traditions, innovation, mass media.

In modern life, the power of media influence on the consciousness and behavior of citizens is enormous. Therefore, it is surprisingly important to understand the specifics of each genre, which is decisive in the areas of modern media. Since the report continues to be a rather complicated, colorful phenomenon in Ukrainian media culture, we have focused on the specifics of this genre in modern newspapers.

Reporting as a genre almost equally identifies journalists as an important component of information genres. His goal is to inform the reader about what happened, sometimes to name, without commenting, facts from real life. The reports must necessarily be characterized by relevance, promptness in the presentation, well-thought out structure and bright language-linguistic means.

The work consists of three sections, introduction and conclusions. The first section describes the features of reporting as a genre of journalism. The second section analyzes the specifics, topics and place in the newspaper market Day and Express.

The report on the pages of the «Day» edition can be divided into two parts: reports that are intertwined with other genres and «pure», which clearly represent the features of the reportage (the presence of the author on the scene, a staged story, bright linguistic-linguistic means, etc.).

«Express» does not contain how bright and successful examples of «pure» reports. On its pages there are publications that mostly combine signs of different genres.

The third section outlines the features of the reports, illustrative material to them in the newspapers.